



**TENGGARA**  
STRATEGICS

Laporan Studi

# Jalan Kebudayaan: Dampak Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan

Oktober 2024



## Daftar Isi

<b>Daftar Isi</b> .....	<b>2</b>
<b>Peneliti</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Pendahuluan</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Tujuan</b> .....	<b>7</b>
<b>3. Metodologi</b> .....	<b>7</b>
<b>4. Pengantar Studi</b> .....	<b>9</b>
4.1 Aset budaya benda/tangible asset .....	9
4.2 Aset budaya tak benda .....	13
<b>5. Hasil Studi - Empat Studi Kasus</b> .....	<b>18</b>
5.1 Dampak Ekonomi Studi Kasus 1 – Museum Indonesia .....	18
5.1.1 Tiket Masuk Pengunjung .....	20
5.1.2 <i>Event</i> (Pertunjukan, Festival, dan Pameran) .....	25
5.1.3 <i>Merchandise</i> .....	27
5.1.4 <i>Tenant</i> Pendukung Fasilitas (Kolaborasi) .....	28
5.1.5 <i>Workshop</i> Kelas Seni dan Budaya .....	28
5.1.6 Royalti dari Film dan Musik .....	28
5.1.7. Nilai Aset Koleksi Budaya .....	29
5.2 Dampak Sosial Studi Kasus 1 – Museum Indonesia .....	30
5.2.1 Pelestarian Nilai Sejarah dan Budaya Bangsa Indonesia .....	30
5.2.2 Pemberi Arah “Keberagaman” untuk Indonesia .....	32
5.2.3 Kebanggaan Identitas Nasional atau “Muka Sejarah dan Budaya” Indonesia .....	33
5.2.4 Sarana Interaksi Sosial: mengangkat isu-isu inklusivitas (Disabilitas dan Kesetaraan Gender) .....	33
5.2.5 Sarana Pendidikan dan Pengetahuan .....	35
5.2.6 Pariwisata dan Rujukan Asing Mengenai Budaya dan Sejarah Indonesia .....	36
5.2.7 SROI .....	37
5.3 Dampak Lingkungan Studi Kasus 1 – Museum Indonesia .....	38
5.3.1 Penghijauan di lingkungan Museum .....	38
5.3.2 Sarana Implementasi Inisiatif Hijau .....	39
5.3.3 Media Gerakan Sadar Lingkungan Hidup .....	40
5.3.4 Pemberi Pesan “Artefak” tentang Hubungan Manusia dan Alam .....	41
5.4 Dampak Ekonomi Studi Kasus 2 – Kain Tradisional .....	42
5.4.1 Perdagangan Ekspor Batik .....	43
5.4.2 Perdagangan Batik dalam negeri .....	43
5.4.3 UMKM di Wisata Kampung Batik .....	44
5.4.4 <i>Workshop</i> Kelas Batik .....	46
5.4.5 <i>Event</i> (Festival Batik) .....	47
5.4.6 Royalti dari Film dan Musik .....	48

5.4.7	Museum Tekstil dan Batik .....	48
5.4.8	Nilai HKI .....	49
5.5	Dampak Sosial Studi Kasus 2 – Kain Tradisional.....	50
5.5.1	Pelestarian Nilai Sejarah dan Budaya Bangsa Indonesia .....	50
5.5.2	Jalur Peradaban .....	53
5.5.3	Simbol Status Sosial dan Afiliasi Budaya .....	54
5.5.4	Penguatan Nilai Bermasyarakat “Koehesi Sosial”.....	55
5.5.5	Media Doa (Ayat Kehidupan dalam Motif Kain Batik).....	56
5.5.6	SROI.....	56
5.6	Dampak Lingkungan Studi Kasus 2 – Kain Tradisional.....	57
5.6.1	Menjaga Alam dengan Proses Pewarnaan Alami.....	57
5.6.2	Sarana Implementasi Inisiatif Hijau di lingkungan kawasan Wisata Batik (Listrik, Air, Limbah) ..	58
5.6.3	Media Memperkenalkan “Sustainable Fashion” .....	60
5.7	Dampak Ekonomi Studi Kasus 3 – Jamu, Spa, dan Kebugaran .....	61
5.7.1	Penjualan Produk Jamu dan Herbal.....	62
5.7.2	Pendapatan Petani, Pengrajin industri Jamu dan Spa .....	64
5.7.3	Pendapatan Industri Spa .....	64
5.7.4	Lembaga Pelatihan Tenaga Kerja Terapis Spa.....	65
5.7.5	Pendapatan <i>wellness</i> tourism.....	65
5.8	Dampak Sosial Studi Kasus 3 – Jamu, Spa, dan Kebugaran.....	66
5.8.1	Pengaruh Gaya Hidup Sehat “ <i>Wellness Lifestyle</i> ” .....	66
5.8.2	Penguatan Hubungan Sosial dengan Komunitas Pasar Tradisional.....	67
5.8.3	Pelestarian Pengetahuan Masa lampau sebagai <i>Local Wisdom</i> .....	68
5.8.4	Penyebaran Kesadaran “Preventif” Kesehatan Fisik dan Mental .....	69
5.8.5	Sarana Pendidikan dan Pengetahuan Anak Usia Dini .....	70
5.8.6	Kesempatan Kerja untuk Pekerja Disabilitas, Perempuan dan Sektor Informal.....	70
5.8.7	SROI .....	71
5.9	Dampak Lingkungan Studi Kasus 3 – Jamu, Spa, dan Kebugaran .....	72
5.9.1	Produk alami dan mudah terurai .....	72
5.9.2	Sarana Implementasi Inisiatif Hijau .....	73
5.9.3	Media di <i>Wellness</i> untuk jangka waktu lama ( <i>regenerative</i> ) .....	74
5.10	Dampak Ekonomi Studi Kasus 4 – Subak Bali (Jatiluwih) .....	75
5.10.1	Tiket Masuk Pengunjung .....	76
5.10.2	Penjualan <i>merchandise</i> dan penyewaan <i>venue</i> .....	77
5.10.3	<i>Homestay</i> dan penginapan .....	78
5.10.4	Café dan Restoran .....	79
5.10.5	Penjualan Hasil Pertanian (Beras) .....	80
5.10.6	Festival Jatiluwih .....	82
5.11	Dampak Sosial Studi Kasus 4 – Subak Bali (Jatiluwih).....	82

5.11.1	Pelestarian Nilai Warisan Budaya Sistem Subak .....	82
5.11.2	Penciptaan Lapangan Kerja di Desa .....	83
5.11.3	Pendidikan dan Pengetahuan Lokal: Warisan bagi Generasi Muda .....	87
5.11.4	Kohesi dan Stabilitas Sosial dengan Menjaga Otentisitas Beras Merah .....	87
5.11.5	Peran Perempuan dalam Komunitas.....	88
5.11.6	SROI.....	88
5.12	Dampak Lingkungan Studi Kasus 4 – Subak Bali (JatiluwiH).....	89
5.12.1	Pengelolaan Air Bersih dengan Sistem Irigasi .....	90
5.12.2	Menjaga Kesuburan Tanah .....	91
5.12.3	Pengelolaan 3R .....	91
5.12.4	Menjaga Kualitas Udara.....	92
5.12.5	Mengurangi Alih Fungsi Lahan Pertanian .....	94
5.12.6	Menjaga Kebersihan Lingkungan Desa .....	95
5.13	Hasil Studi <i>Framework</i> 1 dan 2 – Museum Nasional .....	97
5.14	Hasil Studi <i>Framework</i> 1 dan 2 – Kain Tradisional .....	99
5.15	Hasil Studi <i>Framework</i> 1 dan 2 – Jamu, Spa, dan Kebugaran .....	102
5.16	Hasil Studi <i>Framework</i> 1 dan 2 – Subak (Desa JatiluwiH) .....	104
<b>6.</b>	<b>Kesimpulan dan Rekomendasi.....</b>	<b>107</b>

## Peneliti

<b>Penasihat</b>	Riyadi Suparno Fathony Rahman
<b>Peneliti</b>	Made Handijaya Dewantara, M.Pro., Ph.D. (c). Teddy Trilaksono, M.A.
<b>Asisten Peneliti</b>	Galby R. Samhudi Felita Astriyani Fara Az-Zahra
<b>Kemitraan Strategis</b>	Irvan Iswaraputra Yessy Rizky Arisa Rahma
<b>Media &amp; desain grafis</b>	Ferdinand Phoe Andreas Meidyan Shifa Rafida Fitri

## 1. Pendahuluan

Preservasi budaya di berbagai daerah di Indonesia wajib untuk dijalankan. Preservasi budaya di berbagai daerah di Indonesia adalah sebuah keharusan yang tidak dapat diabaikan. Indonesia, dengan keanekaragaman budayanya yang kaya memiliki warisan tradisi, bahasa, seni, dan adat istiadat yang unik di setiap daerahnya. Tanpa upaya preservasi yang konsisten, kekayaan budaya ini berisiko tergerus oleh arus modernisasi dan globalisasi. Oleh karena itu, langkah-langkah pelestarian seperti dokumentasi, pengajaran kepada generasi muda, serta pengintegrasian budaya lokal dalam kehidupan sehari-hari menjadi sangat penting. Menjalankan preservasi budaya secara aktif merupakan harapan sehingga generasi penerus tidak hanya menjaga identitas dan jati diri bangsa, tetapi juga memberikan kontribusi pada keragaman budaya dunia secara global.

Harapan lain di Indonesia yang dimiliki oleh generasi sekarang untuk generasi ke depan adalah budaya dipandang sebagai aset. Sudah selayaknya agar budaya dipandang menjadi aset yang bernilai, sehingga akan senantiasa lestari dan terjaga. Dengan pandangan ini, budaya akan diperlakukan dengan penghormatan dan valuasi yang selayaknya. Tentunya hal ini akan mendorong upaya-upaya pelestarian yang lebih serius dan berkelanjutan. Ketika budaya dipahami sebagai kekayaan yang memiliki nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan, masyarakat akan lebih termotivasi untuk menjaga, mengembangkan, dan meneruskan tradisi serta kearifan lokal kepada generasi penerusnya. Hal ini akan memastikan bahwa budaya tetap berjalan dalam menghadapi tantangan zaman. Kebudayaan juga diharapkan agar senantiasa lestari dan terjaga sepanjang waktu.

Di saat yang bersamaan, tidak bisa dipungkiri bahwa budaya menjadi bagian utuh dari ekosistem perekonomian, aset dalam sosial kemasyarakatan, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Budaya tidak hanya berperan sebagai identitas suatu bangsa, tetapi juga menjadi bagian integral dari ekosistem perekonomian, sosial kemasyarakatan, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Sebagai bagian dari ekosistem perekonomian, budaya dapat dioptimalkan sebagai sumber daya yang mendukung industri kreatif, pariwisata, dan produk lokal yang memiliki nilai jual tinggi. Dalam konteks sosial kemasyarakatan, budaya berfungsi sebagai perekat yang memperkuat solidaritas dan kohesi antaranggota masyarakat, serta memperkaya kehidupan bersama melalui tradisi, seni, dan adat istiadat. Selain itu, budaya juga memainkan peran penting dalam pemeliharaan lingkungan hidup karena banyak praktik budaya yang selaras dengan prinsip-prinsip keberlanjutan dan kelestarian alam. Dengan demikian, menjadikan budaya sebagai bagian utuh dari ketiga aspek tersebut adalah langkah strategis untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan dan bermartabat.

Dari ketiga harapan tersebut, preservasi budaya mengalami tiga tantangan utama. Pertama, riset terkait valuasi aset budaya masih minim. Riset terkait valuasi aset budaya di Indonesia masih sangat terbatas padahal pemahaman yang mendalam mengenai nilai budaya merupakan langkah krusial untuk melestarikan dan mengoptimalkan potensi budaya sebagai sumber daya ekonomi dan sosial. Minimnya penelitian ini berarti bahwa banyak aset budaya yang belum dievaluasi secara menyeluruh, sehingga nilai ekonomis, historis, dan sosialnya belum sepenuhnya terungkap dan diakui. Akibatnya, strategi pelestarian dan pengembangan budaya sering kali tidak berbasis data yang kuat, sehingga tidak mampu mencapai dampak yang maksimal. Di saat yang bersamaan, data-data terkait jumlah aset budaya baik benda maupun tak benda masih belum banyak diperoleh.

Tantangan kedua adalah informasi terkait dampak dan potensi ekonomi, sosial, dan lingkungan dari aset budaya belum tergali secara optimal. Padahal pemahaman yang komprehensif tentang aspek-aspek ini sangat penting untuk merumuskan kebijakan yang efektif dan strategis. Ketidaktahuan atau kurangnya data yang mendalam sering kali mengakibatkan pemanfaatan aset budaya yang tidak maksimal, baik dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif, peningkatan kesejahteraan sosial, maupun perlindungan lingkungan. Aset budaya memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak pembangunan berkelanjutan jika dikelola dengan baik. Oleh karena itu, penting untuk mengadakan penelitian yang mendalam dan sistematis guna mengungkap bagaimana budaya dapat memberikan kontribusi yang signifikan di berbagai bidang sehingga dapat diintegrasikan secara efektif dalam upaya pembangunan nasional.

Tantangan ketiga adalah adanya urgensi kebutuhan dan fungsi pengelolaan yang lebih terpadu. Saat ini, pengelolaan aset kebudayaan tersebar di banyak lembaga pemerintah dan tidak terkonsolidasi sehingga tidak ada fokus dan perencanaan terpadu. Akibat dari pengelolaan yang terfragmentasi ini adalah terjadinya duplikasi program, inefisiensi dalam pemanfaatan sumber daya, dan sering kali kebijakan yang diambil tidak saling mendukung atau bahkan bertentangan. Tanpa adanya koordinasi yang kuat dan strategi yang terintegrasi, potensi besar yang dimiliki aset kebudayaan Indonesia sulit untuk dimaksimalkan. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk menyatukan pengelolaan aset budaya di bawah satu payung kebijakan yang jelas dan terstruktur, sehingga setiap lembaga dapat bekerja secara sinergis menuju tujuan yang sama, yakni pelestarian dan pengembangan budaya yang berkelanjutan dan berdampak luas bagi masyarakat.

Adanya kesenjangan antara harapan dan tantangan ini kemudian memunculkan urgensi untuk melaksanakan riset terkait peta jalan kebudayaan. Pemetaan ini dibutuhkan untuk memahami dampak aset budaya terhadap tiga aspek. Ketiga aspek tersebut antara lain dampak ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Studi ini akan membahas dampak budaya dari tiga sisi tersebut. Namun selain itu, studi ini akan diawali dengan pengantar studi mengenai aset budaya benda (*tangible asset*) maupun tak benda (*intangible asset*) di Indonesia. Adapun di akhir studi akan juga dibahas mengenai kerangka kerja kebudayaan dari sisi interaksi antar pemangku kepentingan. Riset ini akan mengambil empat studi kasus antara lain Museum Nasional, kain tradisional, sektor kebugaran (termasuk jamu tradisional dan spa), dan ekosistem subak (Desa Jatiluwih).

## 2. Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka terdapat tiga tujuan utama dari riset ini antara lain sebagai berikut.

1. Mengeksplorasi sumber potensi ekonomi, sosial, dan lingkungan pada aset budaya
2. Memperoleh informasi tentang manfaat dan potensi ekonomi, sosial, dan lingkungan pada aset budaya di empat studi kasus
3. Memberikan justifikasi pengelolaan aset budaya secara terkonsolidasi melalui kerangka kerja rantai nilai aset budaya

## 3. Metodologi

Durasi pengambilan data	10 Juni-7 Agustus 2024
Jenis dan teknik pengumpulan data	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primer (<i>focus group discussion/FGD</i>) untuk empat studi kasus masing-masing aset budaya Museum Nasional, kain tradisional, industri kebugaran, dan subak (Jatiluwih)</li> <li>• Sekunder (penjelajahan dokumen) untuk empat studi kasus dan secara umum untuk aset budaya benda (<i>tangible</i>) dan tak benda (<i>intangible</i>)</li> </ul>
Teknik analisis data	Analisis tematik untuk data primer dan analisis deskriptif kuantitatif untuk data sekunder

Penelitian ini berlangsung selama tiga bulan dari tanggal 10 Juni hingga 7 Agustus 2024. Penelitian dilakukan dengan dua teknik pengumpulan data. Teknik pertama adalah memperoleh data primer. Data primer diperoleh melalui pelaksanaan FGD dengan mengambil empat studi kasus yaitu Museum Nasional, kain tradisional, sektor kebugaran (termasuk jamu tradisional dan spa), dan ekosistem subak (Desa Jatiluwih).

Masing-masing kasus ini dipilih karena dianggap representatif dalam menggambarkan beragam aspek budaya dan ekonomi yang ada di Indonesia. Museum Nasional memberikan wawasan tentang preservasi dan pengelolaan warisan budaya, sementara kain tradisional menggambarkan nilai seni dan identitas budaya yang hidup dalam masyarakat. Sektor kebugaran, termasuk jamu tradisional dan spa, menyoroti pentingnya kesehatan dan kesejahteraan yang berbasis kearifan lokal, sedangkan ekosistem subak di Desa Jatiluwih menunjukkan bagaimana praktik budaya dapat berjalan selaras dengan keberlanjutan lingkungan. Melalui FGD ini, diperoleh data yang kaya dan beragam, memberikan landasan yang kuat untuk analisis lebih lanjut tentang pengelolaan dan valuasi aset budaya di Indonesia.

Terdapat sejumlah informan yang terlibat dalam proses pengumpulan data primer pada riset ini. Dua kegiatan FGD dilakukan di Jakarta untuk studi kasus museum nasional dan kain tradisional. Adapun dua kegiatan FGD lainnya dilaksanakan di Bali untuk studi kasus sektor kebugaran termasuk jamu serta untuk studi kasus subak Jatiluwih. Berikut adalah detail mengenai jumlah informan untuk pelaksanaan FGD.

Studi Kasus	Jumlah informan	Ruang lingkup informan	Waktu pelaksanaan	Lokasi
Museum Nasional	10	Pengelola museum nasional, museolog, kurator aset museum, perwakilan konsumen	25 Juli 2024	Jakarta
Kain tradisional	12	Pengusaha kain tradisional, kurator, kolektor, pakar wastra tradisional	26 Juli 2024	Jakarta
Jamu dan sektor kebugaran	12	Pengelola sektor kebugaran, pengusaha jamu herbal, sekolah dan akademi untuk sektor kebugaran	1 Agustus 2024	Denpasar, Bali
Subak, Jatiluwih	10	Perwakilan desa wisata, petani, pengusaha, akademisi	2 Agustus 2024	Jatiluwih, Bali

Adapun data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumen. Penjelajahan dokumen untuk empat studi kasus dan secara umum untuk aset budaya benda (*tangible*) dan tak benda (*intangible*) dilakukan untuk memperoleh data holistik mengenai dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari empat studi kasus yang ada. Proses ini melibatkan pengumpulan dan analisis dokumen-dokumen yang relevan, termasuk laporan, penelitian sebelumnya, kebijakan, dan data statistik yang berkaitan dengan aset budaya tersebut. Melalui penjelajahan ini, diperoleh gambaran yang komprehensif tentang bagaimana aset budaya tersebut berkontribusi terhadap perekonomian lokal dan nasional, memperkuat jaringan sosial dalam masyarakat, serta mendukung upaya pelestarian lingkungan. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat dihasilkan wawasan yang mendalam dan integratif, yang tidak hanya menggambarkan nilai-nilai individual dari tiap studi kasus, tetapi juga memberikan pemahaman menyeluruh tentang peran penting aset budaya dalam pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

Terdapat dua teknik analisis dilakukan antara lain analisis tematik untuk data primer dan analisis deskriptif kuantitatif untuk data sekunder. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan dua pendekatan utama: analisis tematik untuk data primer dan analisis deskriptif kuantitatif untuk data sekunder. Analisis tematik digunakan untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi pola, tema, dan wawasan mendalam yang

muncul dari data primer yang diperoleh melalui FGD dan sumber-sumber kualitatif lainnya. Pendekatan ini membantu dalam memahami nuansa, perspektif, dan pengalaman yang berkaitan dengan aset budaya dan dampaknya. Sementara itu, analisis deskriptif kuantitatif diterapkan pada data sekunder yang mencakup statistik, laporan, dan informasi numerik yang telah ada sebelumnya. Metode ini memberikan gambaran yang jelas dan terukur mengenai tren, frekuensi, dan hubungan antara variabel-variabel yang relevan. Kombinasi dari kedua metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari aset budaya yang sedang diteliti.

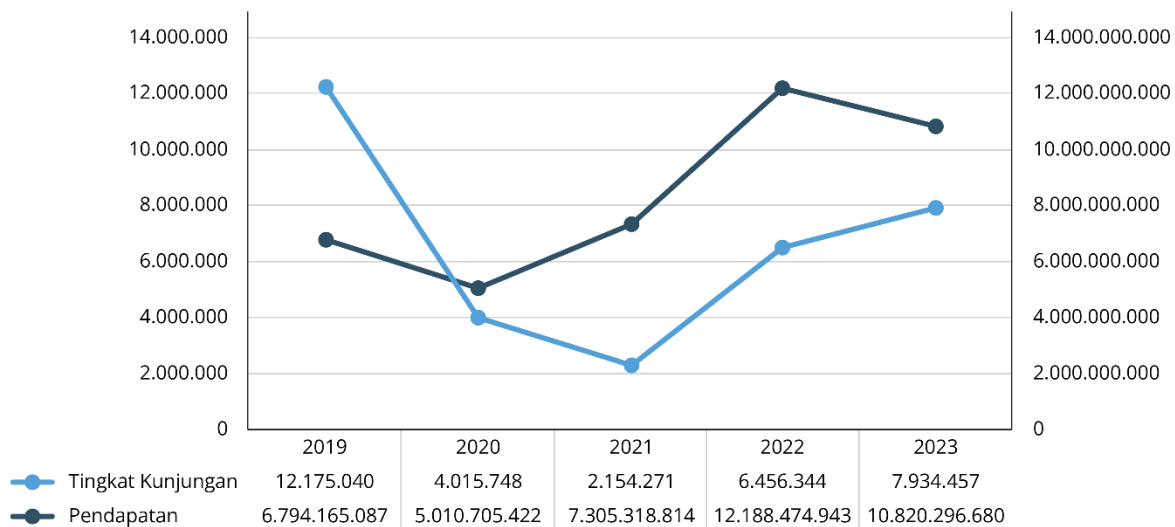
## 4. Pengantar Studi

Pengantar studi akan dibuka dengan sejumlah informasi terkait aset budaya secara umum yang ada di Indonesia. Secara umum, aset budaya di Indonesia dapat dibagi menjadi dua yaitu aset budaya benda (*tangible asset*) dan tak benda (*intangible asset*).

### 4.1 Aset budaya benda/tangible asset

Aset budaya benda (*tangible asset*) merupakan seluruh aset budaya yang dapat dilihat wujudnya. Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) telah mendata dan mengelola sejumlah aset budaya benda dalam bentuk cagar budaya. Terdapat 55 cagar budaya yang merupakan aset budaya benda yang saat ini dikelola oleh Direktorat Jenderal Kebudayaan. Beberapa aset budaya benda (cagar budaya) ini mempunyai jumlah pengunjung yang konsisten dari tahun ke tahun. Namun terdapat juga cagar budaya yang tidak mempunyai pendataan secara khusus terkait jumlah pengunjung maupun pendapatan. Sebagian besar pendapatan dari cagar budaya berasal dari pemasukan tiket masuk. Grafik berikut akan memberikan gambaran perkembangan tingkat kunjungan dan pendapatan dari cagar budaya tersebut.

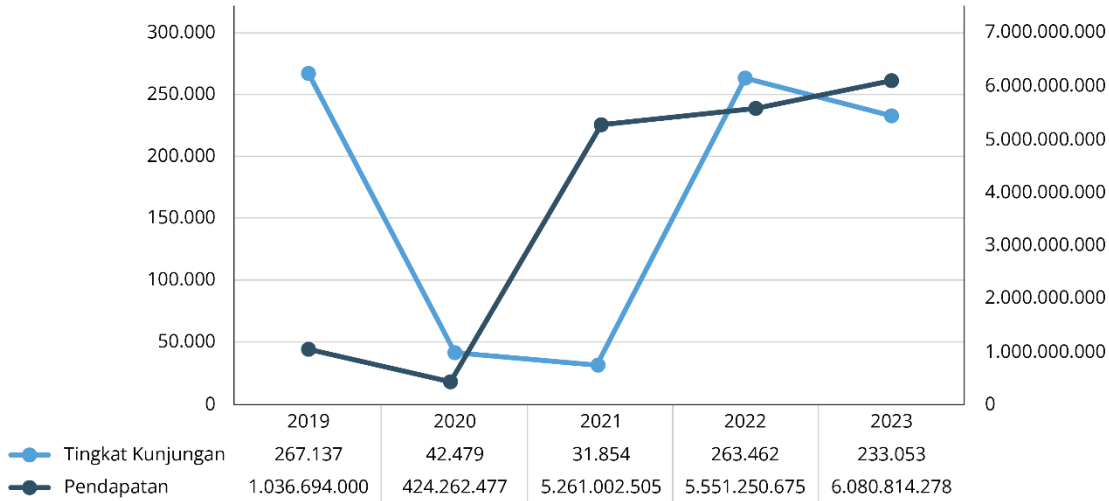
**Total tingkat kunjungan dan pendapat seluruh cagar budaya 2019-2023**



Data di atas menunjukkan tingkat kunjungan dan pendapatan pada seluruh cagar budaya di Indonesia pada kurun waktu 2019-2023. Pada tahun 2019 tingkat kunjungan sempat mencapai di atas 12 juta pengunjung. Namun pada tahun 2020 dan 2021 dikarenakan adanya pandemi COVID-19, tingkat kunjungan menurun drastis hingga 4 juta-an pengunjung pada tahun 2020 dan 2 juta-an pengunjung pada tahun 2021. Pada tahun 2022 dan 2023 tingkat kunjungan mulai menunjukkan perbaikan.

Di sisi pendapatan, penurunan akibat pandemi COVID-19 juga ikut terjadi namun penurunan pendapatan tidak terlalu drastis. Malah pada tahun 2022 tingkat pendapatan melebihi tahun 2019. Pada tahun 2022 dan 2023 tingkat pendapatan juga terus meningkat hingga di atas Rp10 miliar.

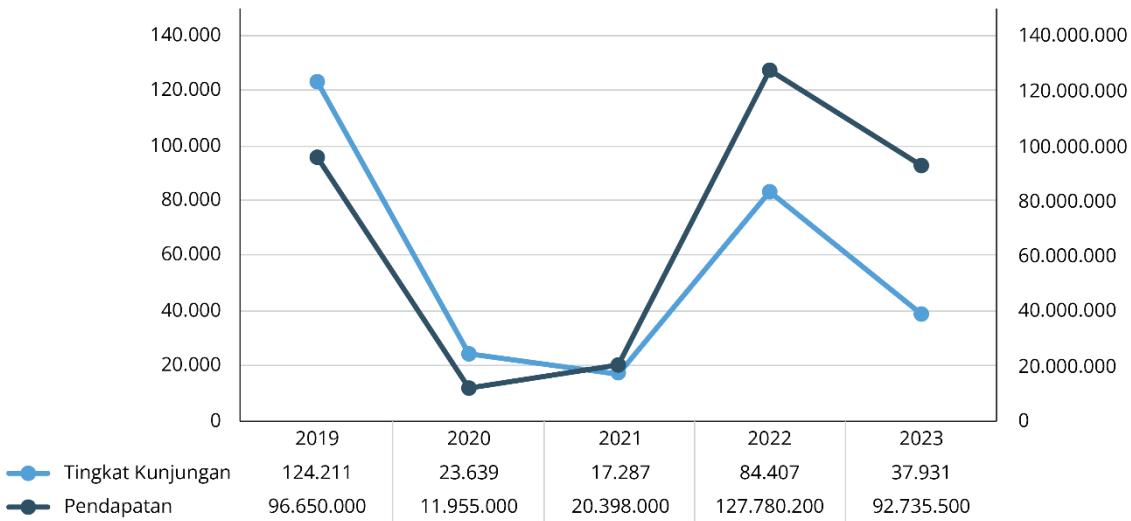
**Museum Nasional**



Data di atas menunjukkan tingkat kunjungan dan pendapatan Museum Nasional pada kurun waktu 2019-2023. Pada tahun 2019, Museum Nasional menerima 267.137 pengunjung. Hal ini menurun pada tahun 2020 menjadi 42.479 pengunjung. Pada tahun 2021 tingkat pengunjung terus menurun, dan baru menunjukkan pemulihan pada tahun 2022 dan 2023.

Dari sisi pendapatan, pada tahun 2019 Museum Nasional menerima lebih dari Rp1 miliar. Pada tahun 2020 pendapatan menurun menjadi Rp 424 jutaan. Dari sisi pendapatan mulai terlihat pemulihan pada tahun 2021 ketika Museum Nasional mampu meraih lebih dari Rp5 miliar. Hal ini bahkan lebih tinggi dibanding tahun 2019 (sebelum pandemi COVID-19). Tingkat pendapatan Museum Nasional terus meningkat pada tahun 2022 dan 2023.

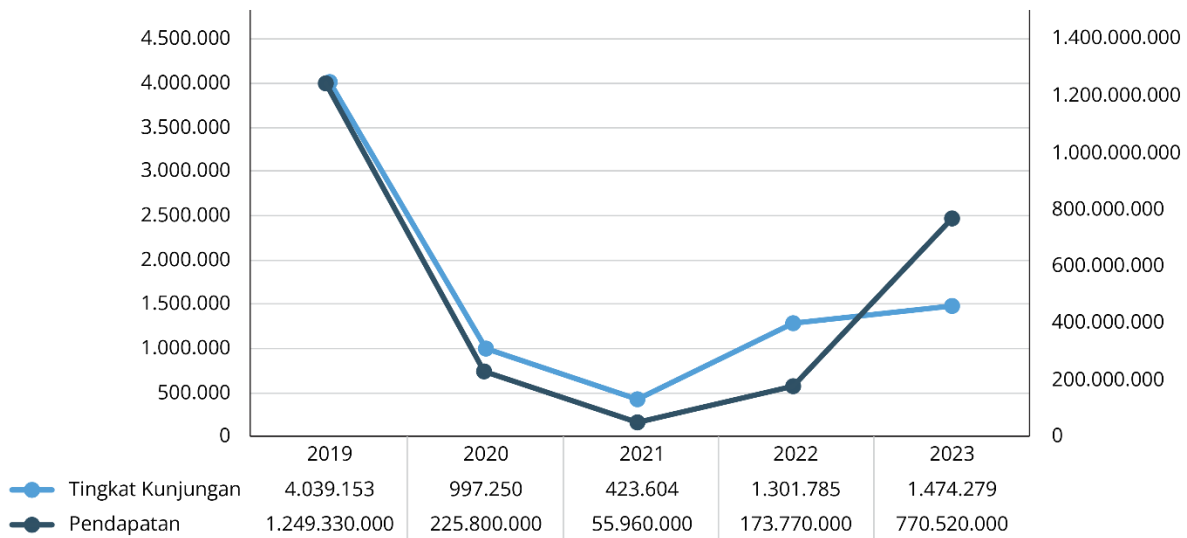
**Benteng Rotterdam**



Data di atas menunjukkan tingkat kunjungan dan pendapatan Benteng Rotterdam di Makassar, Sulawesi Selatan. Pada tahun 2019 Benteng Rotterdam dikunjungi 124.211 pengunjung. Hal ini menurun drastis pada tahun 2020 (23.639 pengunjung) dan tahun 2021 (17.287 pengunjung). Pada tahun 2022 tingkat kunjungan mulai meningkat kembali, namun kembali menurun pada tahun 2023.

Dari sisi pendapatan, pada tahun 2019, Benteng Rotterdam mencapai pendapatan sebanyak Rp 96,6 juta. Hal ini menurun pada tahun 2020 (Rp 11,9 juta) dan 2021 (Rp 20,3 juta), dan kembali meningkat pada tahun 2022 (Rp 127,7 juta) dan 2023 (Rp 92,7 juta).

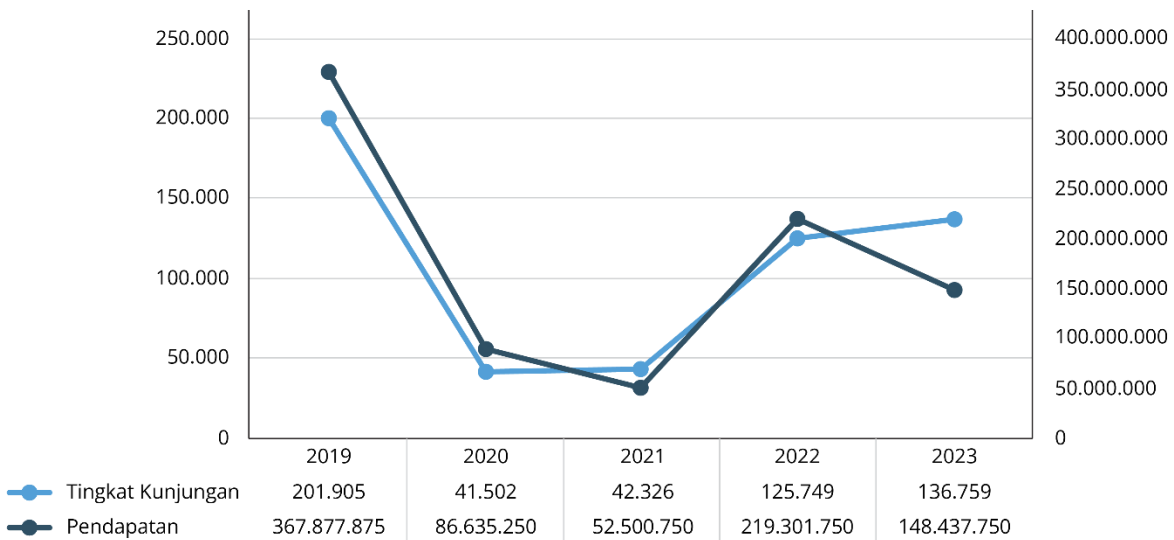
**Candi Borobudur**



Data di atas menunjukkan tingkat kunjungan dan pendapatan Candi Borobudur, salah satu cagar budaya di Jawa Tengah. Tingkat kunjungan Candi Borobudur pada tahun 2019 mencapai lebih dari 4 juta pengunjung. Namun pada tahun 2020 dan 2021 menurun drastis menjadi 997 ribu dan 423 ribu pengunjung. Pada tahun 2022 dan 2023 mulai terlihat pemulihan yakni tingkat kunjungan mencapai lebih dari 1 juta pengunjung.

Dari sisi pendapatan, Candi Borobudur mencatatkan pendapatan sebesar Rp 1,2 miliar pada tahun 2019. Namun, pendapatan ini mengalami penurunan drastis menjadi Rp225 juta pada tahun 2020 dan Rp 55,9 juta pada tahun 2021. Pada tahun 2022, pendapatan mulai menunjukkan perbaikan dengan mencapai Rp 173,7 juta. Tren positif ini berlanjut pada tahun 2023, di mana pendapatan meningkat signifikan menjadi Rp 770,5 juta.

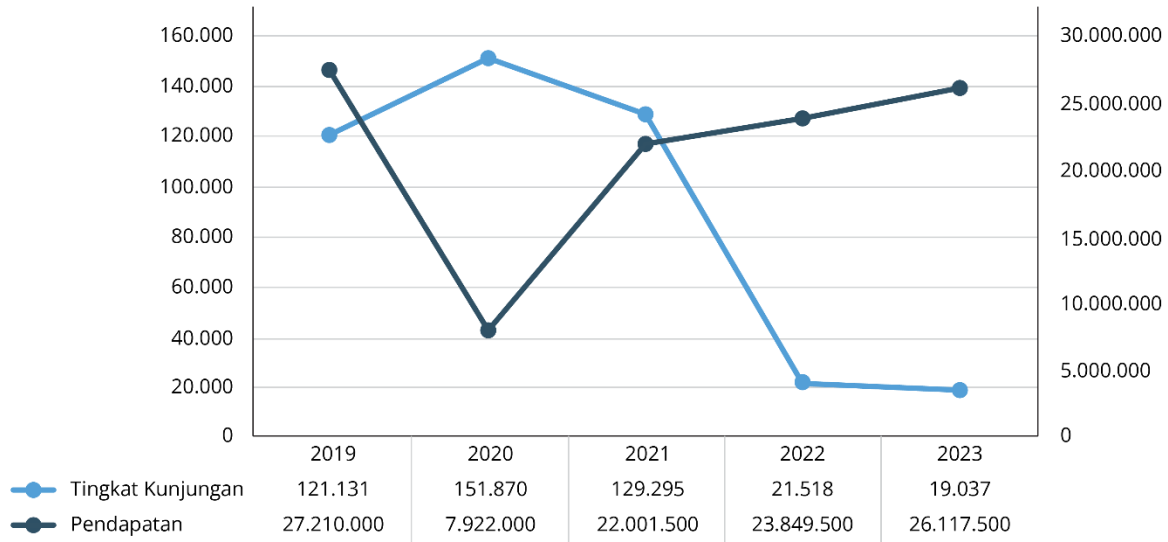
**Museum Prasejarah Sangiran (Klaster Krikilan)**



Data di atas menunjukkan tingkat kunjungan dan pendapatan Museum Prasejarah Sangiran, Jawa Tengah. Pada tahun 2019, Museum Prasejarah Sangiran menerima 201.905 kunjungan. Pada tahun 2020 dan 2021 tingkat kunjungan menurun menjadi 41.502 dan 42.326. Pada tahun 2022 tingkat kunjungan mulai menunjukkan tanda pemulihan, yakni sebanyak 125.749 pengunjung. Tren ini berlanjut pada tahun 2023 meskipun belum mencapai tingkat kunjungan pada tahun 2019.

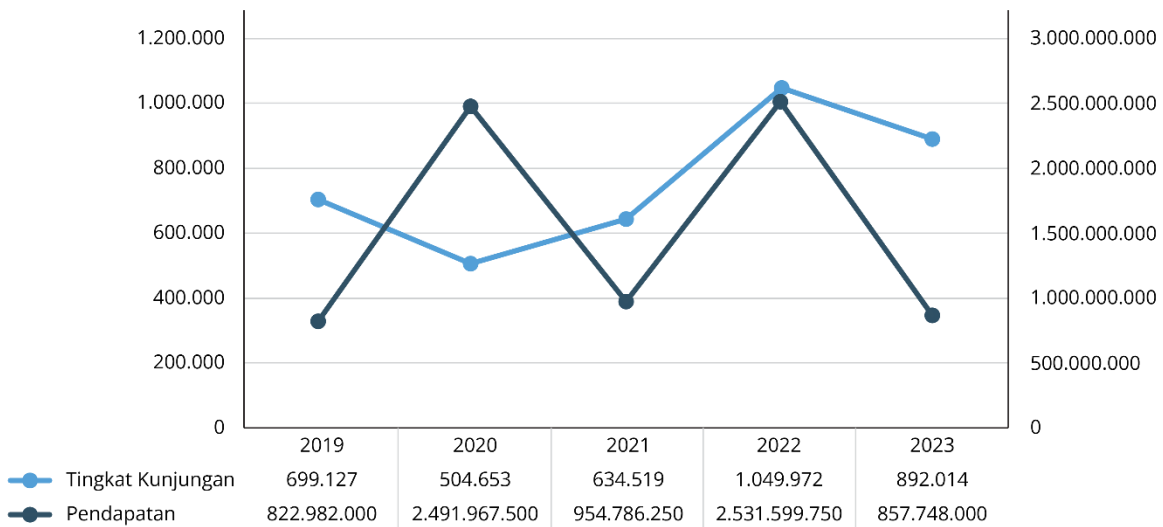
Dari sisi pendapatan, pada tahun 2019 Museum Prasejarah Sangiran menerima Rp 367,8 juta. Lalu pada tahun 2020 pendapatan menurun menjadi Rp 86,6 juta. Demikian pula pada tahun 2021 pendapatan terus menurun menjadi Rp 52,5 juta. Baru pada tahun 2022 pendapatan mulai membaik, yakni mencapai Rp 219,3 juta. Pada tahun 2023 pendapatan sedikit menurun dibandingkan tahun 2022 yakni Rp148,4 juta.

**Museum Sumpah Pemuda**



Data di atas menunjukkan tingkat kunjungan dan pendapatan Museum Sumpah Pemuda, Jakarta. Pada tahun 2019 Museum Sumpah Pemuda menerima 121.131 kunjungan. Pada tahun 2020 dan 2021 tingkat kunjungan ke museum tetap stabil di angka 151.870 dan 129.295. Namun pada tahun 2022 dan 2023 terjadi penurunan tingkat kunjungan yakni menjadi 21.518 dan 19.037.

**Candi Dieng**



Data di atas menunjukkan tingkat kunjungan dan pendapatan Candi Dieng, Jawa Tengah. Pada tahun 2019 Candi Dieng mencatatkan 699.127 kunjungan. Pada tahun 2020 tingkat kunjungan sedikit menurun menjadi 504.653. Pada tahun 2021 mulai terlihat tren peningkatan kunjungan, yakni sebanyak 634.519 pengunjung pada tahun 2021, 1.049.972 pengunjung pada tahun 2022, dan 892.014 pengunjung pada tahun 2023.

Dari sisi pendapatan, Candi Dieng mencatatkan penerimaan sebesar Rp 822,9 juta pada tahun 2019. Pendapatan ini meningkat signifikan pada tahun 2020 menjadi Rp 2,4 miliar. Namun, pada tahun 2021, pendapatan mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya, mencapai Rp 954,7 juta. Pada tahun

2022, pendapatan kembali meningkat di atas Rp 2,5 miliar, namun pada tahun 2023, pendapatan turun lagi menjadi Rp 857,7 juta.

## 4.2 Aset budaya tak benda

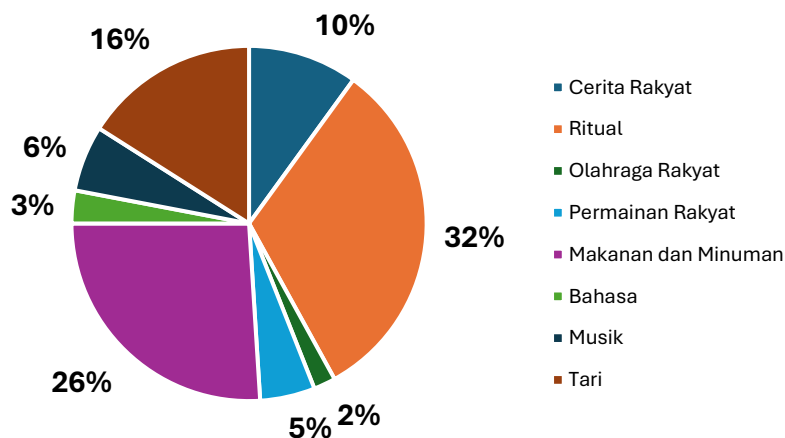
Aset budaya tak benda yang dimiliki di Indonesia meliputi cerita rakyat, ritual, olahraga rakyat, permainan rakyat, makanan dan minuman tradisional, bahasa daerah, dan kesenian (seperti seni musik dan seni tari). Berdasarkan data yang dihimpun dari Direktorat Jenderal Kebudayaan per tahun 2024, terdapat 1.490 total aset cerita rakyat yang ada di Indonesia dengan provinsi Jawa Tengah sebagai provinsi dengan cerita rakyat terbanyak yaitu sebanyak 480 cerita.

Selain itu, terdapat 4.968 jumlah aset ritual di Indonesia, dan Jawa Tengah juga menjadi provinsi dengan ritual terbanyak dengan 1.415 ritual. Jawa Tengah juga merupakan provinsi dengan aset budaya tak benda terbanyak untuk olahraga rakyat (69 olahraga), makanan dan minuman tradisional (1.480 buah), seni musik (175 seni musik), dan seni tari (797 seni tari). Adapun Sumatra Utara merupakan provinsi dengan permainan rakyat terbanyak dengan 167 permainan tradisional. Provinsi Papua merupakan provinsi dengan bahasa daerah terbanyak meliputi 75 bahasa daerah. Berikut ini adalah daftar provinsi dengan aset budaya tak benda terbanyak.

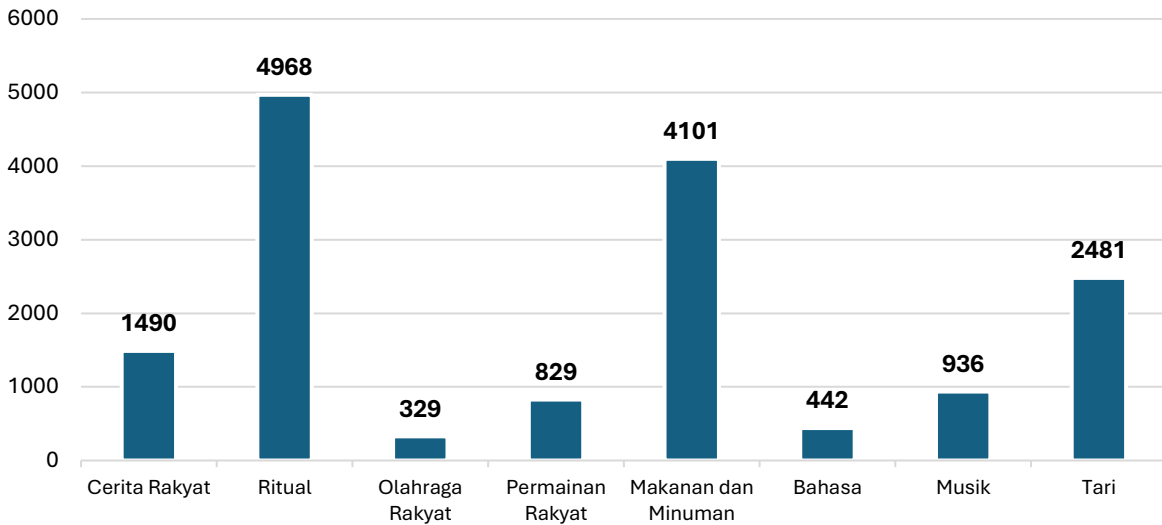
### Provinsi dengan jumlah aset budaya terbanyak



### Total aset budaya tak benda

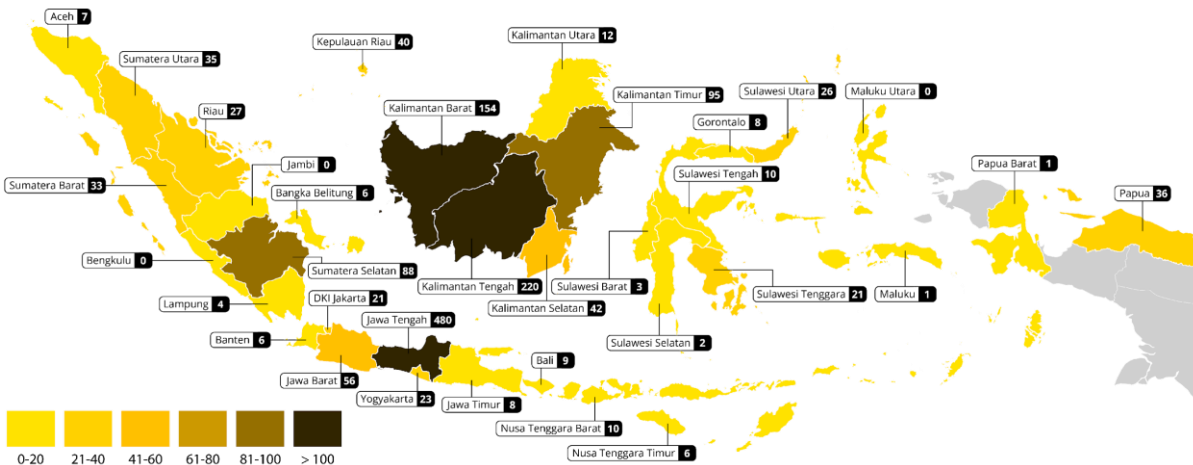


Grafik di atas menunjukkan persentase dari berbagai aset budaya tak benda yang disebutkan di atas. Di antara berbagai aset budaya yang ada, ritual dan makanan dan minuman adalah jenis aset budaya tak benda yang paling besar persentasenya, yakni ritual (32 persen) dan makanan dan minuman (26 persen).



Grafik di atas menunjukkan jumlah aset budaya tak benda yang berhasil didata. Terdapat sekitar 4.968 ritual di Indonesia dan 4.101 aset budaya tak benda yang berupa makanan dan minuman. Selain itu, data dari Direktorat Kebudayaan juga menyebutkan bahwa Indonesia mempunyai 1.490 cerita rakyat, 2.481 seni tari, 936 seni musik, 829 permainan rakyat, 442 bahasa, dan 329 total aset olahraga rakyat.

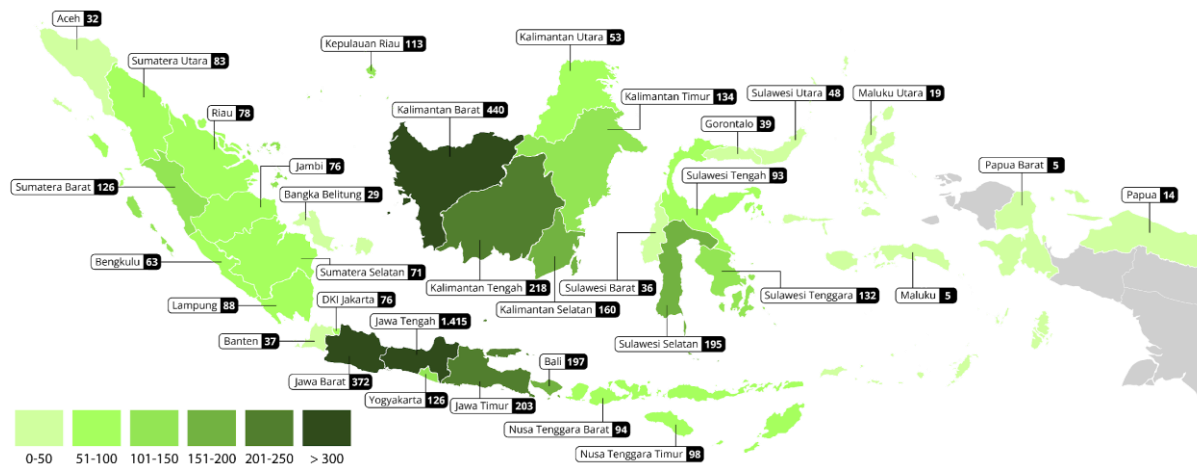
*Intangible asset heatmap*  
**Cerita rakyat**



Gambar di atas merupakan visualisasi data dengan menggunakan warna untuk menunjukkan kepadatan atau intensitas penyebaran cerita rakyat di berbagai daerah di Indonesia. Provinsi dengan cerita rakyat terbanyak adalah Jawa Tengah (480) dan Kalimantan Barat (154) yang ditunjukkan dengan warna hitam.

Intangible asset heatmap

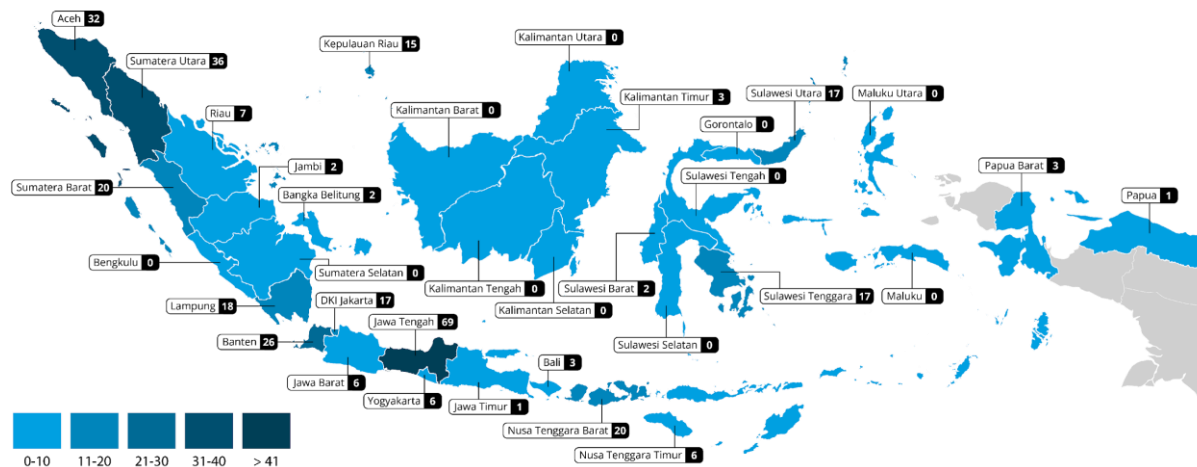
**Ritual**



Gambar di atas menunjukkan penyebaran aset tak benda berupa ritual di berbagai daerah di Indonesia. Ditunjukkan dengan warna yang paling gelap, provinsi yang memiliki ritual paling banyak adalah Jawa Tengah (1.415).

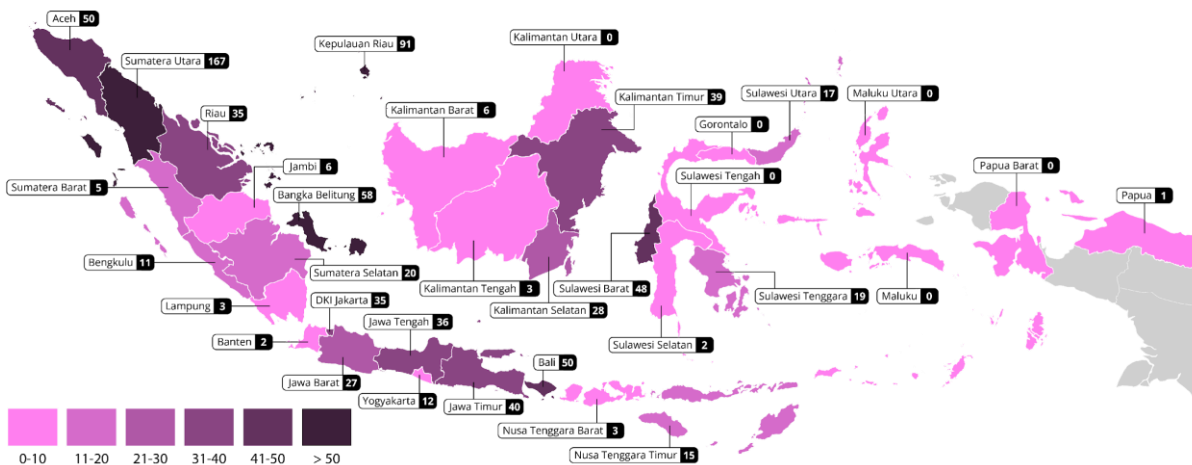
Intangible asset heatmap

**Olahraga rakyat**



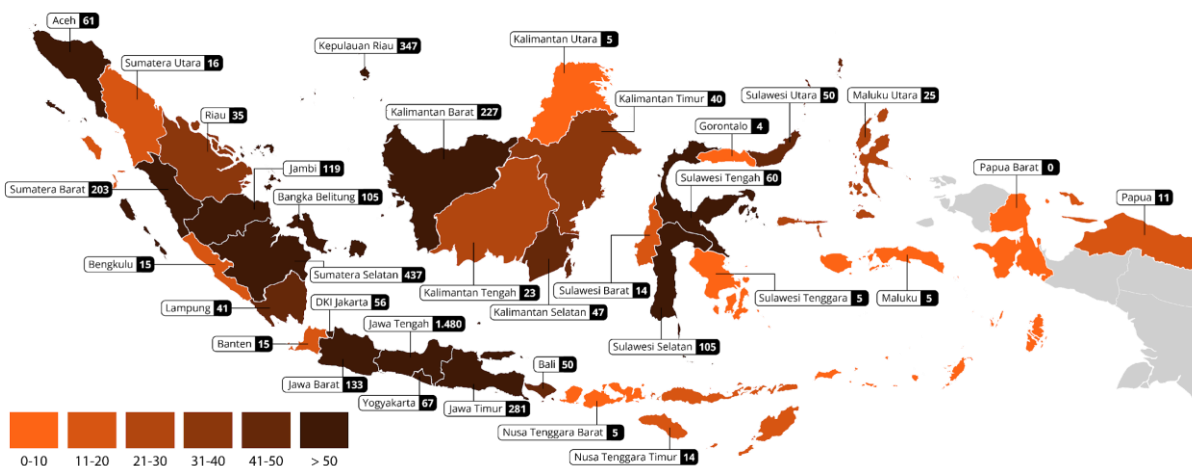
Gambar di atas menunjukkan Jawa Tengah juga menjadi provinsi yang memiliki olahraga rakyat paling banyak (69).

*Intangible asset heatmap*  
**Permainan rakyat**



Dalam hal permainan rakyat, provinsi Sumatra Utara unggul dengan memiliki 157 permainan rakyat. Bila dilihat pada provinsi-provinsi lain, tidak banyak provinsi yang memiliki lebih dari 50 permainan rakyat.

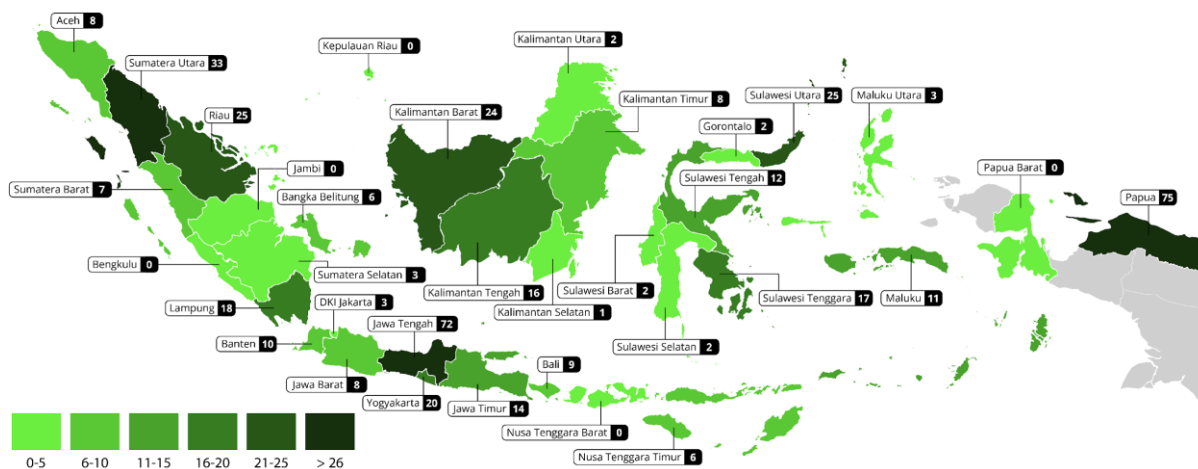
*Intangible asset heatmap*  
**Makanan & minuman**



Kekayaan makanan dan minuman yang menjadi aset tak benda ditunjukkan oleh provinsi Jawa Tengah (1.480 jenis), disusul provinsi Sumatra Selatan (437 jenis).

Intangible asset heatmap

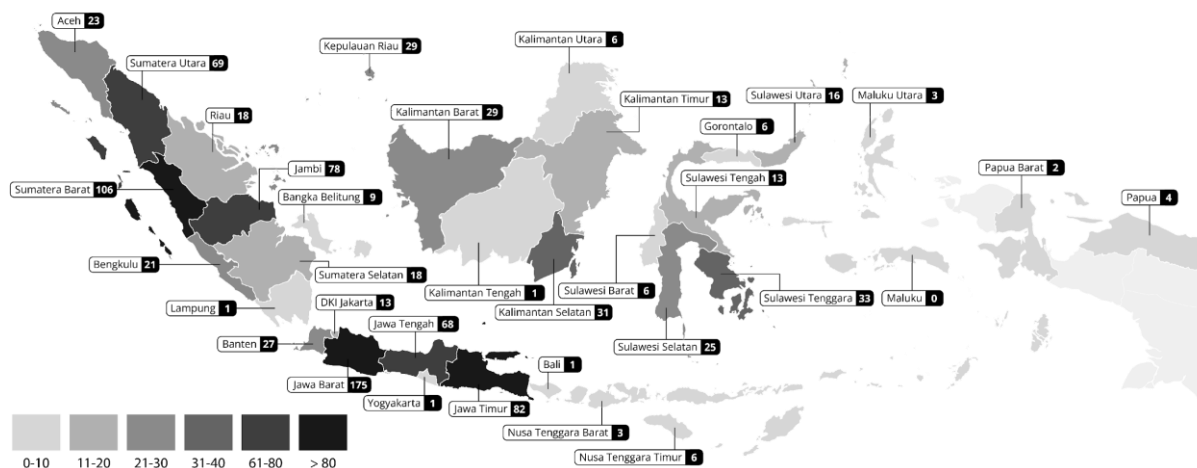
**Bahasa**



Dalam hal bahasa daerah, provinsi Papua merupakan provinsi yang memiliki paling banyak bahasa daerah (75), yang disusul oleh Jawa Tengah (72).

Intangible asset heatmap

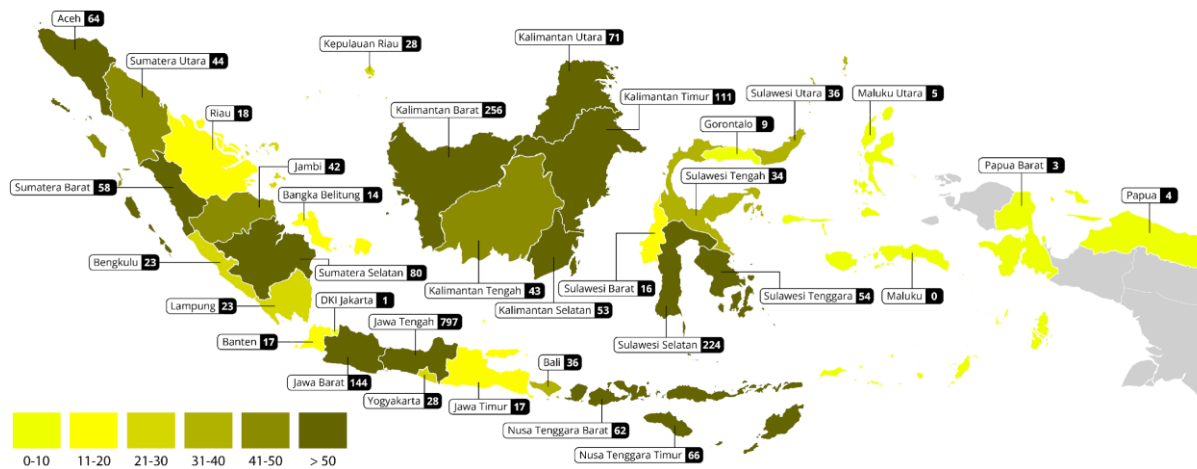
**Musik**



Gambar di atas menunjukkan penyebaran aset tak benda berupa musik pada berbagai daerah di Indonesia. Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki kekayaan musik paling banyak (175 jenis musik).

Intangible asset heatmap

Tari



Dalam hal seni tari, Jawa Tengah adalah provinsi yang memiliki jenis tari terbanyak di Indonesia, yakni sebanyak 797 jenis.

## 5. Hasil Studi - Empat Studi Kasus

Penelitian ini akan berfokus pada empat studi kasus dalam mempelajari dampak yang diberikan dari sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan melihat sisi keberagaman dan ruang lingkup dampak, maka empat studi kasus yang diteliti meliputi museum nasional, kain tradisional, jamu, dan Subak, Jatiluwih.

### 5.1 Dampak Ekonomi

#### Studi Kasus 1 - Museum Indonesia



Museum Nasional Indonesia adalah sebuah museum arkeologi, sejarah, etnografi, dan geografi yang terletak di Jakarta Pusat, tepatnya di Jalan Merdeka Barat nomor 12. Museum Nasional juga dikenal sebagai Museum Gajah karena adanya sebuah patung gajah berbahan perunggu yang dihadiahkan oleh Raja Chulalongkorn dari Thailand pada tahun 1871.

Pemerintah menjadikan museum ini sebagai Museum Pusat pada tahun 1962. Kemudian Museum Pusat ditingkatkan statusnya menjadi Museum Nasional berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No.092/0/1979 pada 28 Mei 1979. Sejak saat itu nama resmi lembaga ini adalah Museum Nasional Republik Indonesia. Pada 22 Maret 2021 berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 117/KMK.05/2021, Museum Nasional ditetapkan sebagai instansi pemerintah pusat dengan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PPK-BLU) di bawah naungan Kemendikbudristek.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Museum Nasional. "Profil BLU Museum Nasional", <https://tinyurl.com/29fztktr>

Museum Nasional adalah museum pertama dan terbesar di Asia Tenggara dengan koleksi sekitar 190.000 benda bernilai sejarah dengan luas 26.500 m<sup>2</sup>.

Buku panduan perjalanan Lonely Planet menuliskan Museum Nasional adalah yang terbaik dalam jenisnya di Indonesia dan merupakan tempat yang sangat penting untuk dikunjungi.<sup>2</sup> Koleksi menarik yang perlu dikunjungi antara lain patung-patung megah dari ribuan tahun lalu, termasuk patung batu raksasa setinggi 4,5 meter dari seorang raja Bhairawa dari Rambahan di Sumatra, yang digambarkan sedang menginjak tengkorak manusia, boneka Dayak dan patung kayu dari Nias yang memiliki janggut (tanda kebijaksanaan) serta beberapa tekstil yang menarik.

Di sayap modern yang luas, terdapat empat lantai yang didedikasikan untuk asal-usul manusia di Indonesia, termasuk model hobbit Flores. Ada juga harta karun emas dari Candi Brahu di Jawa Tengah: kalung berkilau, gelang, dan sebuah mangkuk yang menggambarkan adegan dari Ramayana. Selain itu terdapat juga koleksi kain yang indah termasuk kofko dari Sulawesi, sebuah kain tenun rumit yang terbuat dari benang emas.

### **Potensi Pendapatan**

Sebuah lembaga museum tidak hanya berfungsi sebagai penjaga sejarah dan budaya, tetapi juga memiliki berbagai potensi sumber pendapatan yang dapat mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan mereka. Selain pendapatan utama dari tiket masuk, museum dapat memanfaatkan berbagai peluang seperti penjualan barang dagangan, penyewaan ruang, dan program edukasi untuk menyumbang pada aliran pendapatan. Berikut ini beberapa potensi sumber pendapatan untuk Museum Nasional:

1. Tiket Masuk Pengunjung
2. Event (Pertunjukan, Festival, dan Pameran)
3. *Merchandise*
4. *Tenant* pendukung fasilitas (Kolaborasi)
5. *Workshop* Kelas Seni dan Budaya
6. Royalti dari Film dan Musik
7. Nilai Aset Koleksi Budaya

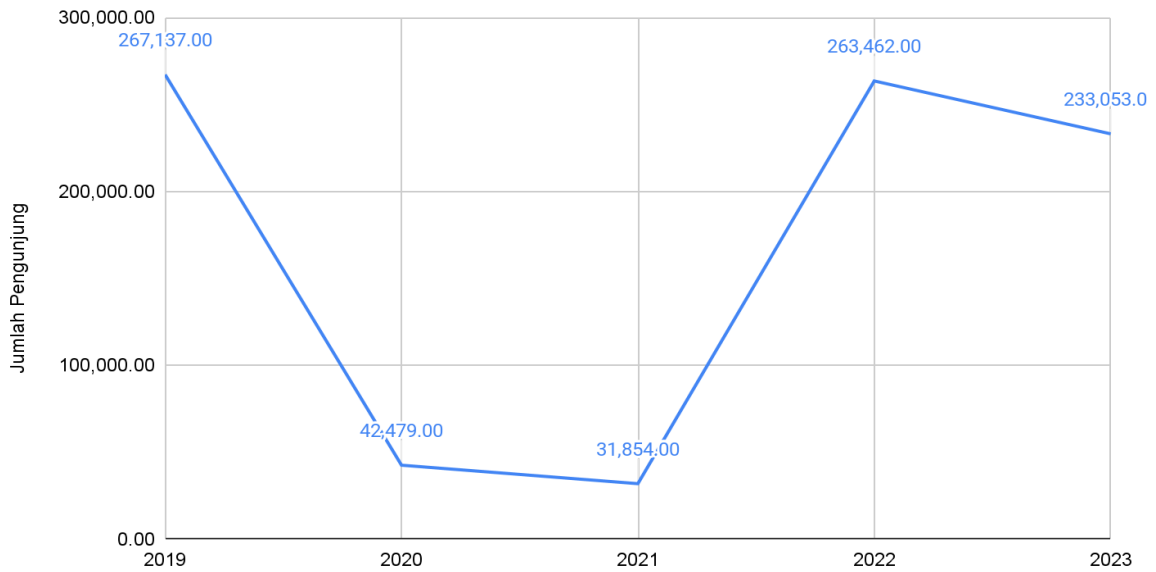
Hasil FGD dan studi dokumen menunjukkan potensi ekonomi per tahun untuk Museum Nasional terdiri dari: tiket masuk pengunjung (potensi Rp 6 miliar), *event* (pertunjukan, festival, pameran) (potensi Rp 6,5 miliar), *merchandise* (potensi Rp 2,3 miliar), *tenant* pendukung fasilitas (potensi Rp 200 miliar), *workshop* kelas seni dan budaya (potensi Rp 100 juta), royalti dari film (potensi Rp 30 juta), dan nilai aset koleksi budaya (nilai Rp 2 triliun).

---

<sup>2</sup> Lonely Planet. "Museum Nasional", <https://tinyurl.com/52e5nj8d>

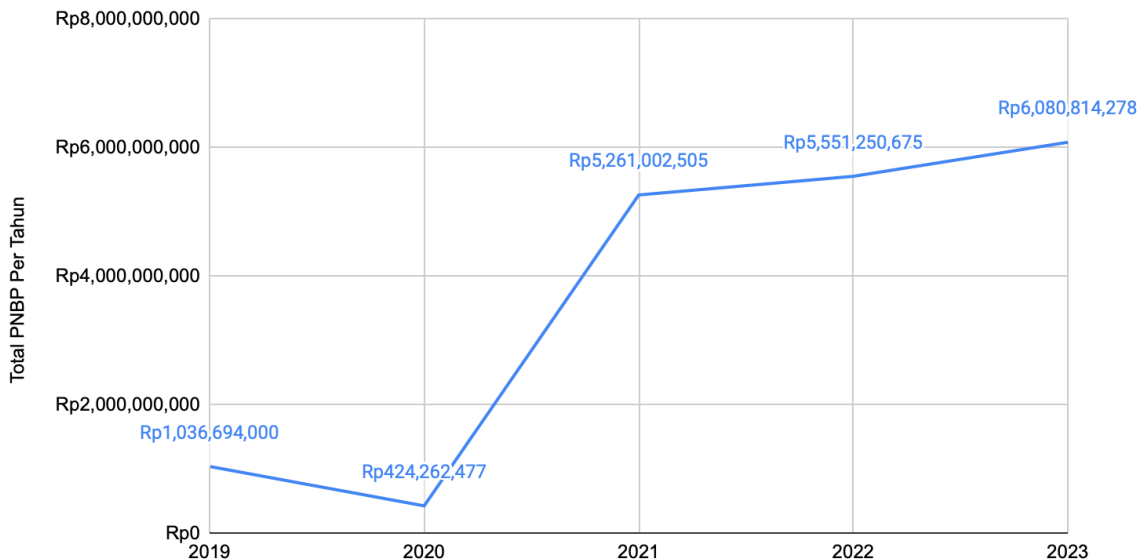
### 5.1.1 Tiket Masuk Pengunjung

**Total Pengunjung Museum Nasional 2019-2023 (dari Tiket Masuk)**



Grafik di atas memperlihatkan perkembangan jumlah pengunjung Museum Nasional pada tahun 2019 hingga 2023 yang dihitung dari jumlah tiket masuk yang terjual. Pada tahun 2019 tercatat 267.137 pengunjung, sedangkan pada tahun 2020 tercatat sejumlah 42.479 pengunjung, dan pada tahun 2021 31.854 pengunjung. Kunjungan pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan drastis diakibatkan adanya pandemi COVID-19. Pada tahun 2022 terlihat pemulihan ketika jumlah pengunjung mencapai 263.462 pengunjung dan tahun 2023 sejumlah 233.053 pengunjung.

**Total PNBP per Tahun Museum Nasional (2019-2013)**



Grafik di atas memperlihatkan jumlah Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) Museum Nasional per tahun. Pada tahun 2019 Museum Nasional menyetorkan PNBP sebesar Rp 1.036.694.000, pada tahun 2020 menurun menjadi Rp 424.262.477. Pada tahun 2021 terjadi peningkatan yang cukup signifikan yang berlanjut hingga tahun 2023 ketika pada tahun 2021 tercatat total PNBP sebesar Rp 5.261.002.505, pada tahun 2022 sebesar Rp 5.551.250.675, dan tahun 2023 Rp 6.080.814.278.

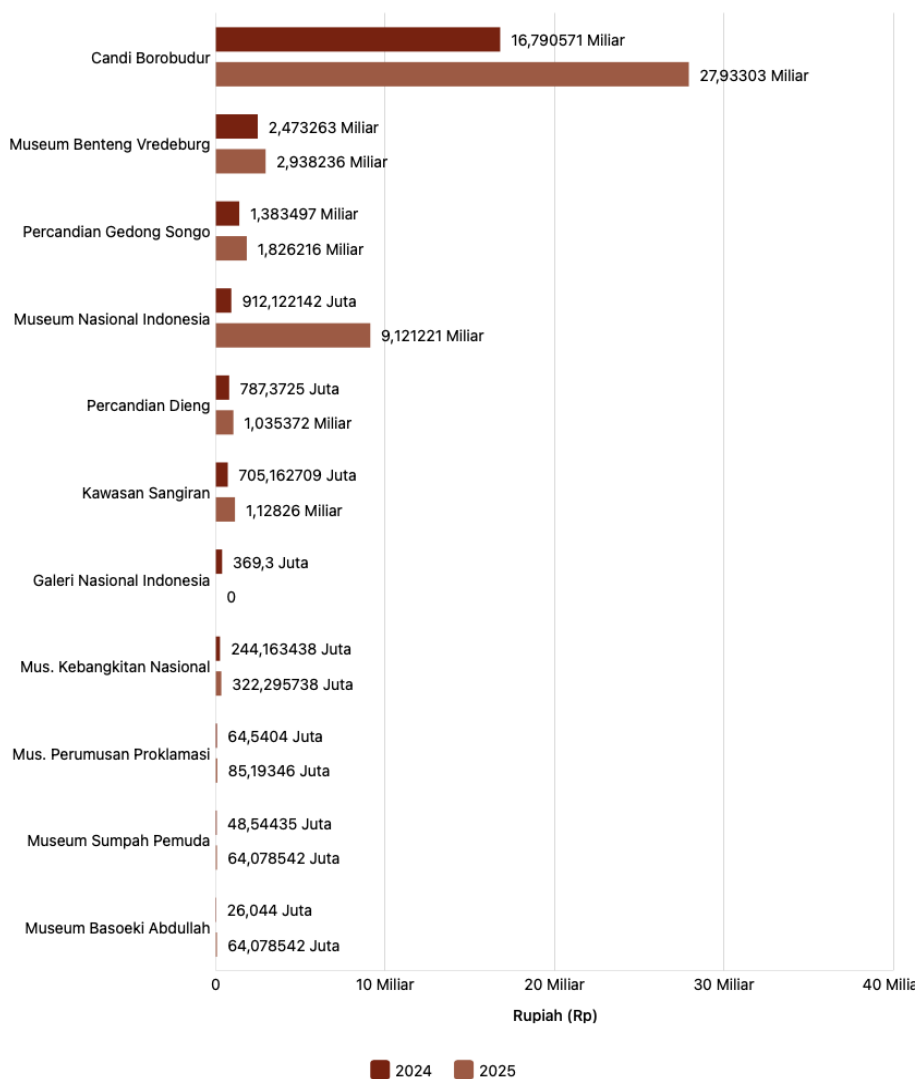
### Jumlah Pengunjung dan Total PNBP Museum Nasional (2019-2013)

MUSEUM NASIONAL	2019	2020	2021	2022	2023
<b>TOTAL PENGUNJUNG</b>	267.137	42.479	31.854	263.462	233.053
<b>TOTAL PNBP PER TAHUN (RUPIAH)</b>	1.036.694.000	424.262.477	5.261.002.505	5.551.250.675	6.080.814.278

Sumber: FGD, pengelola Museum Nasional (2024)

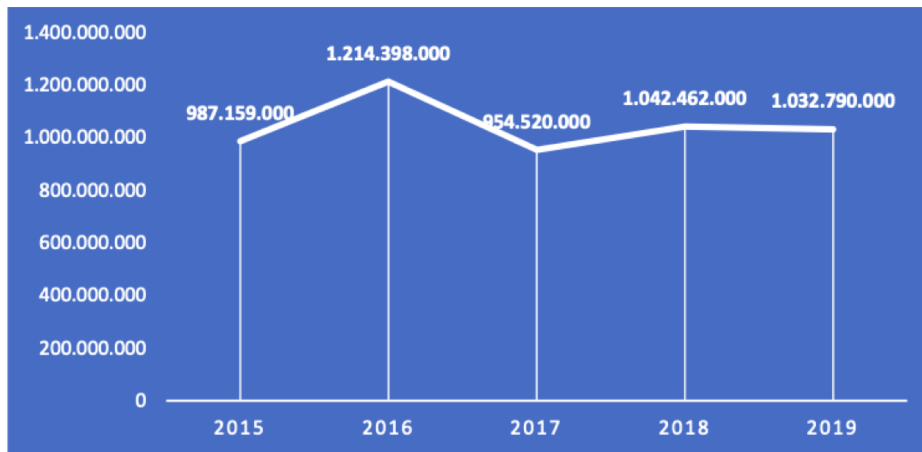
Laporan Databoks pada bulan Mei 2024 memproyeksikan pendapatan sejumlah museum dan cagar budaya di Indonesia akan meningkat pada tahun 2025.<sup>3</sup> Laporan tersebut memproyeksikan pendapatan Museum Nasional dapat meningkat sekitar 10 kali lipat dari Rp 912 juta menjadi Rp 9,12 miliar.

### Proyeksi Pendapatan Museum dan Cagar Budaya Indonesia di bawah IHA (2024-2025)



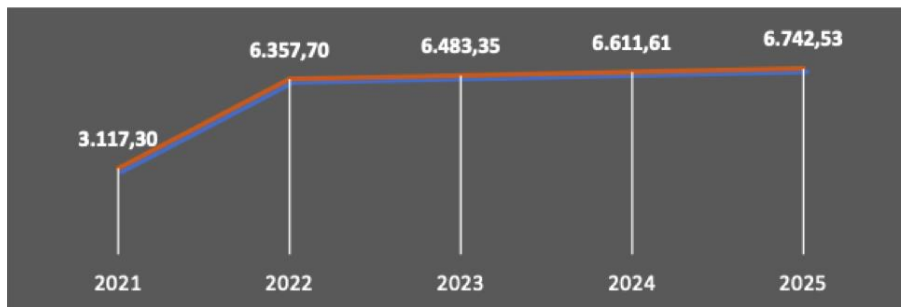
<sup>3</sup> Databoks. "Pendapatan Sejumlah Museum dan Cagar Budaya RI diproyeksikan Naik pada 2025", May 16, 2024, <https://tinyurl.com/4sfn4yzu>

**Kinerja Pendapatan Museum Nasional (2015-2019)**



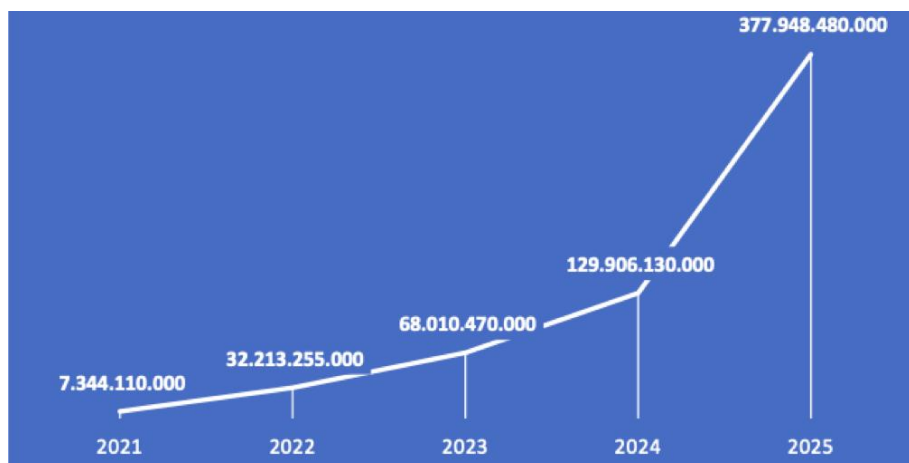
Grafik di atas menunjukkan kinerja pendapatan Museum Nasional dari tahun 2015 hingga 2019. Meskipun mengalami kenaikan dan penurunan, kinerja pada 5 tahun tersebut konsisten di atas 950 juta rupiah.<sup>4</sup>

**Proyeksi Peningkatan PNBP Museum Nasional Tanpa PPK BLU (dalam jutaan rupiah)**



Grafik di atas menunjukkan proyeksi peningkatan PNBP Museum Nasional Tanpa Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PPK BLU) dari tahun 2021 hingga tahun 2025. Pada tahun 2025 diproyeksikan jumlah PNBP Museum Nasional mencapai Rp 6.742.530.000.<sup>5</sup>

**Proyeksi Peningkatan PNBP Museum Nasional Dengan PPK BLU**



<sup>4</sup> Museum Nasional, "Rencana Strategis Bisnis 2022 – 2024", 2022, <https://tinyurl.com/493b7j3h>

<sup>5</sup> Museum Nasional, "Rencana Strategis Bisnis 2022 – 2024", 2022, <https://tinyurl.com/493b7j3h>

Grafik di atas menunjukkan proyeksi peningkatan PNB Museum Nasional PPK BLU dari tahun 2021 hingga tahun 2025. Pada tahun 2025 diproyeksikan jumlah PNB Museum Nasional mencapai Rp 377.948.480.000.<sup>6</sup>

Data lain dari Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan menunjukkan PNB dari pendapatan museum pada tahun anggaran 2022 sebesar Rp 2.080.927.000.<sup>7</sup>

Adapun pendapatan dari tiket masuk dapat ditingkatkan antara lain dengan meningkatkan harga tiket dan jumlah pengunjung. Berikut adalah data perbandingan harga tiket, jumlah pengunjung, dan total pendapatan antara Museum Nasional, Museum MACAN (Modern And Contemporary Art in Nusantara) di Jakarta, dan Museum Louvre di Paris, Perancis.

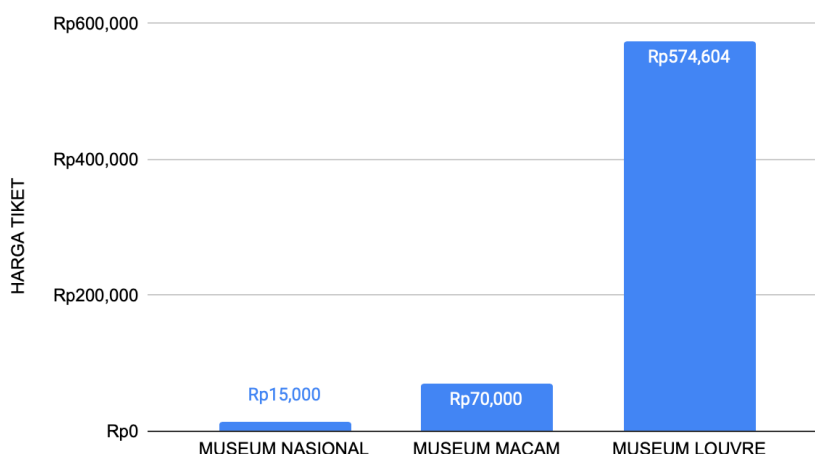
**Perbandingan harga tiket, jumlah pengunjung dan pendapatan Museum Nasional, Museum MACAN, dan Museum Louvre**

No.	Indikator	Museum Nasional	Museum MACAN	Museum Louvre
1	Harga Tiket	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anak Rp 7.500 per orang</li> <li>Dewasa Rp 15 ribu per orang</li> <li>Wisatawan Asing Rp 25 ribu per orang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anggota Gratis</li> <li>Dewasa Rp 70.000</li> <li>Pelajar &amp; Mahasiswa Rp 60.000</li> <li>Senior (Usia 65+) Rp 60.000</li> <li>Anak-anak (Usia 3-12) Rp 50.000</li> </ul>	33 Euro = Rp 574.604
2	Jumlah Pengunjung	Tahun 2022 = 523.141 pengunjung	Tahun 2017-2023 = 900.000 pengunjung tahun 2017 = 3000/3 bulan	Tahun 2023 = 8.900.000 pengunjung
3	Pendapatan	Pendapatan tahun 2023 = Rp 6.080.814.278 Sumber: Data Primer	Estimasi pendapatan 2024: Rp 8.400.000.000 (diolah oleh peneliti)	Pendapatan dari tiket masuk ke Museum Louvre berkisar antara Rp 3 triliun hingga Rp 7,5 triliun per tahun (data tahun 2023)

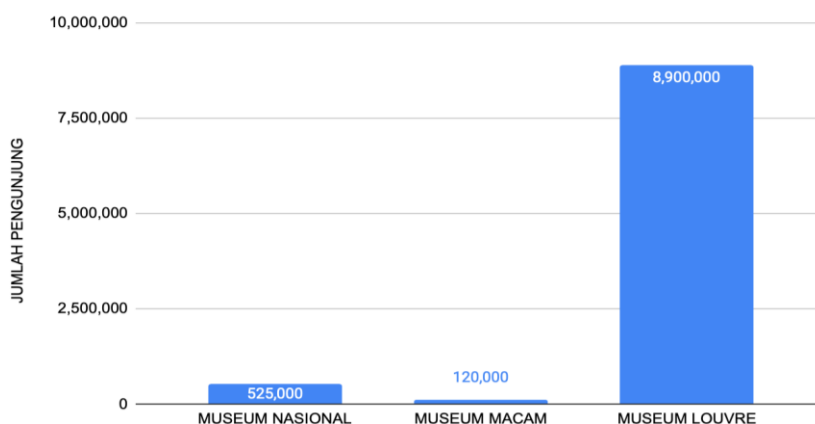
<sup>6</sup> Museum Nasional, "Rencana Strategis Bisnis 2022 – 2024", 2022, <https://tinyurl.com/493b7j3h>

<sup>7</sup> Direktorat Jenderal Perimbangan Keuangan, "Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 98 Tahun 2022", 2022, <https://tinyurl.com/y36ku9jr>

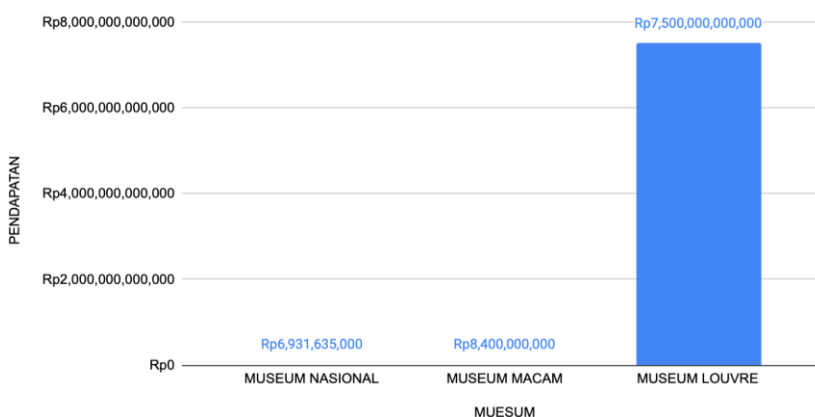
**Perbandingan Harga Tiket Museum Nasional, Museum MACAN, dan Museum Louvre**



**Perbandingan Jumlah Pengunjung per tahun Museum Nasional, Museum MACAN, dan Museum Louvre**



**Perbandingan Pendapatan per tahun Museum Nasional, Museum MACAN, dan Museum Louvre**



Data perbandingan di atas menunjukkan masih ada potensi untuk peningkatan harga tiket maupun jumlah pengunjung Museum Nasional Indonesia.

### 5.1.2 Event (Pertunjukan, Festival, dan Pameran)


Museum Nasional mempunyai beberapa ruangan yang dapat digunakan sebagai *venue* (tempat penyelenggaraan) berbagai *event* seperti pertunjukan, festival, atau pameran. Gambar di bawah menunjukkan beberapa ruangan tersebut.

Lobi Kaca merupakan bagian dari gedung B, letaknya strategis karena dilalui oleh pengunjung dari gedung A ke gedung B. Dengan luas 56x20 m Lobi Kaca dapat menampung 100-150 orang dan memiliki fasilitas panggung 7x4 meter. Ruang 2 di Gedung A dengan luas 37x15 m dapat digunakan sebagai ruang rapat maupun pameran dengan kapasitas 50-70 orang.

Museum Nasional juga memiliki area *outdoor* (amfiteater) seluas 25x8 m yang dapat digunakan sebagai tempat *launching* produk, pemotretan, dan kegiatan lainnya, dengan kapasitas 50-100 orang.

#### Lobi Kaca


Lobi Kaca merupakan bagian dari gedung B letaknya strategis karena dilalui oleh pengunjung dari gedung A ke Gedung B



Luas	56x20 M2
Kapasitas	100-150 orang
Fasilitas	Panggung 7x4 Meter

#### Ruang 2 Gedung A


Ruang ini berada di lantai 2 gedung A dapat digunakan sebagai ruang rapat maupun pameran



Luas Ruang	37 x15 M2
Kapasitas	50-70 orang
Fasilitas	-

### Amfiteater

Area *outdoor* ini terdapat di belakang ikon kuyakin sampai disana dapat digunakan sebagai tempat launching produk, pemotretan dan kegiatan lainnya



Luas	25 x 8 m
Kapasitas	50-100 orang
Fasilitas	-

#### Harga dan Kapasitas beberapa *Venue* di Museum

Nama <i>Venue</i>	Harga	Kapasitas
Museum Pasifika	Rp 1.000.000	200 pax
Museum MACAN	Rp 35.000.000	75 pax
House of Danar Hadi	Rp 35.000.000	200 pax
Taman Sari <i>Venue</i>	Rp 8.500,000	100 pax
Taman Sari <i>Venue</i> - All Area	Rp 25.000.000	500 pax
Taman Sari <i>Venue</i> - Pool Area	Rp 20.000.000	300 pax

Dengan fasilitas seperti tertera di atas, Museum Nasional memiliki potensi untuk mendapatkan pendapatan dari penyewaan ruangan sebagai tempat penyelenggaraan berbagai *event*. Tabel di atas menunjukkan harga dan kapasitas beberapa *venue* berupa museum maupun sejenis museum.<sup>8</sup>

Pada bulan November 2023 saja tercatat ada 10 acara kesenian dan kebudayaan, dan 25 acara pertunjukan di Jakarta. Total acara per tahun diperkirakan mencapai 360 acara per tahun. Bila diperkirakan jumlah acara seni dan budaya di Jakarta 10 persen dari total acara yang ada, maka kira-kira ada 36 acara seni dan budaya setiap tahun. Total potensi pendapatan dari penyewaan *venue* per tahun =

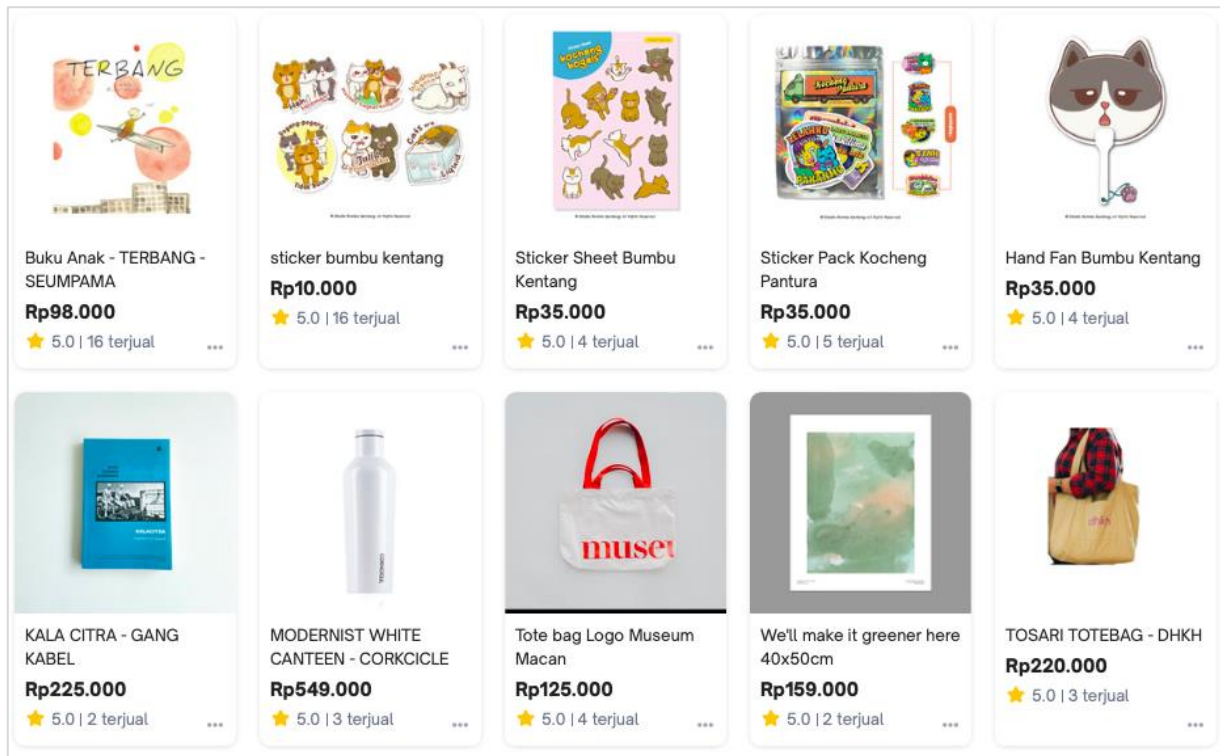
**36 x Rp 35.000.000 (Menggunakan harga sewa Museum MACAN)**

**Pendapatan = Rp 1.260.000.000 (1,26 miliar)**

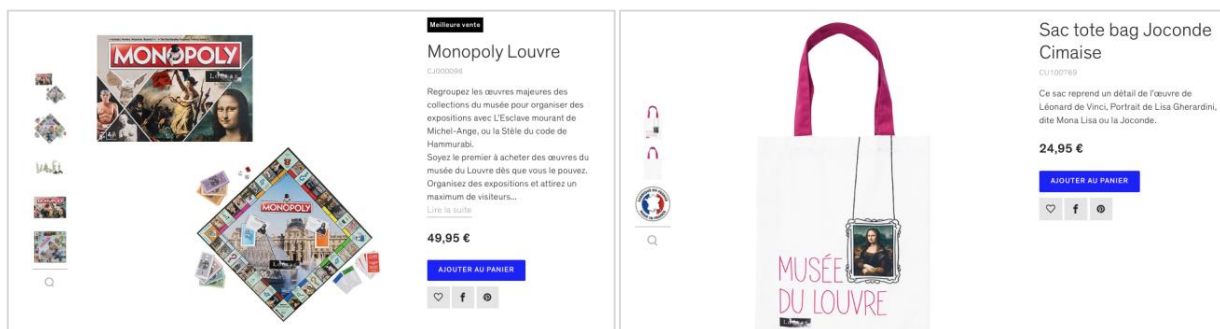
<sup>8</sup> Bridestory. <https://tinyurl.com/2u5yau62>

### 5.1.3 Merchandise

Karena merupakan salah satu obyek kunjungan wisatawan, maka tak jarang museum juga menyediakan *merchandise* yang dapat dibawa pulang oleh pengunjung sebagai kenang-kenangan. Penjualan *merchandise* juga dapat menjadi salah satu sumber pendapatan yang penting bila dikelola dengan baik.



Contoh *merchandise* Museum MACAN



Contoh *merchandise* Museum Louvre

Gambar di atas menunjukkan contoh *merchandise* Museum MACAN. Di Museum MACAN *merchandise* terlaris adalah buku anak, yang dijual seharga Rp 98.000. Selain itu ada *merchandise original* berupa *totebag* seharga Rp 125.000. Dengan jumlah pengunjung Museum Nasional tahun 2023 yang mencapai 233.053 orang, bila diestimasikan 10 persen saja dari pengunjung yang membeli *merchandise* seharga Rp 100.000, maka terdapat potensi pendapatan Rp 2.330.530.000 per tahun.

### 5.1.4 *Tenant Pendukung Fasilitas (Kolaborasi)*

Museum internasional seperti Museum Louvre kini membuka dirinya untuk berkolaborasi dengan berbagai institusi lain seperti Christie's dan Drouot, Louis Vuitton, dan bahkan Uniqlo. Uniqlo yang merupakan brand pakaian kasual dari Jepang membuat pakaian dengan desain karya Louvre.<sup>9</sup> Balai lelang Christie's dan Drouot mengadakan lelang seni dan barang terkait museum yang menghasilkan pendapatan hingga Rp 275,55 miliar. Louis Vuitton menggabungkan sarapan gourmet di Louis Vuitton Dream Store dan kunjungan ke Museum Louvre dalam satu tiket seharga Rp 1.792.310.<sup>10</sup>

### 5.1.5 *Workshop Kelas Seni dan Budaya*



Kegiatan membatik di Museum Tekstil Jakarta.  
(Sumber: Kompas.com)

*Workshop* ataupun kelas seni budaya merupakan kegiatan yang sering kali diadakan di suatu museum. Contohnya adalah kegiatan *workshop* membatik yang diadakan di Museum Tekstil Jakarta. Tarif membatik di sini adalah Rp 50.000 per orang untuk satu motif. Ukuran kainnya 50x50 cm, sedangkan untuk membatik di kain berukuran satu meter tarifnya Rp 200.000.<sup>11</sup>

Museum MACAN bahkan menjual Art Home Kit agar anak-anak dapat melakukan kegiatan seni di rumah. Ide membuat paket *workshop* untuk di rumah tersebut muncul pada masa pandemi untuk membebaskan kreativitas para pecinta seni dan membantu pengguna menemukan bakat seni mereka sambil tetap berada di rumah selama pandemi. Harga Art Home Kit Rp 475.000 dapat dibeli di situs web museum.<sup>12</sup>



Art Home Kit dari Museum MACAN  
(Sumber: thejakartapost.com)

### 5.1.6 *Royalti dari Film dan Musik*

Serial Gadis Kretek yang dibintangi Dian Sastrowardoyo sempat menyedot perhatian masyarakat. Selain kisah yang menarik serta akting memukau para pemain, serial Gadis Kretek menawarkan *setting* film yang berhasil menghadirkan nuansa era 1960-an. Salah satu yang mendukung keberhasilan *setting* film tersebut adalah lokasi film yang digunakan, salah satunya berlokasi di Museum Kretek di Kudus, Jawa Tengah. Penyewaan museum sebagai lokasi syuting film merupakan salah satu alternatif penambah pendapatan bagi museum. Adegan di Museum untuk film Gadis Kretek memakan waktu syuting selama tiga hari. Apabila menggunakan harga sewa Gedung Aset Daerah<sup>13</sup> maka pendapatannya diperkirakan sejumlah Rp

<sup>9</sup> New York Times. "The Louvre Turns to Merch", Mar. 3, 2021, <https://tinyurl.com/322kttjk>

<sup>10</sup> Louvre. "Welcome to the Louvre. Museum Louvre", <https://tinyurl.com/ye3ykmmm>

<sup>11</sup> Kompas Travel, "Cara Berkunjung ke Museum Tekstil Jakarta, Coba Ikut Membatik", 2023, Okt. 2, <https://tinyurl.com/39494wrb>

<sup>12</sup> The Jakarta Post, "Paint Like an Artist Museum Macan can Bring the Art Workshop to the Home", Nov. 7, 2020, <https://tinyurl.com/mvvt43rk>

<sup>13</sup> BPK Jakarta, "Pemprov DKI Naikkan Tarif Sewa Gedung Pertunjukan, Sejumlah Seniman Merasa Tak Dilibatkan", Jan. 16, 2024, <https://tinyurl.com/bd24ny4a>

30.000.000. Tidak hanya itu, dengan menjadi lokasi syuting film yang hit seperti ini, akan memancing rasa penasaran yang akan meningkatkan tingkat kunjungan ke museum.

Contohnya video musik Beyonce dan Jay-Z yang mengambil lokasi syuting di Louvre, membantu meningkatkan jumlah kunjungan ke museum ini hingga 10,2 juta sepanjang tahun 2018.<sup>14</sup> Biaya penyewaan lokasi syuting diperkirakan hampir Rp 1,5 miliar untuk penggunaan Louvre. Hampir 500 film dan video musik mengambil lokasi syuting di Louvre setiap tahun.<sup>15</sup>



Salah satu lokasi syuting film *Gadis Kretek* yaitu di Museum Kretek (Sumber: atourin.com)



Museum Louvre yang dihadirkan secara virtual melalui video musik Beyonce dan Jay-Z (Sumber: youtube.com)

### 5.1.7. Nilai Aset Koleksi Budaya

Hingga saat ini Museum nasional menyimpan 190.000-an benda-benda bernilai sejarah yang terdiri dari tujuh jenis koleksi yakni Prasejarah, Arkeologi masa Klasik atau Hindu-Budha, Numismatik dan Heraldik, Keramik, Etnografi, Geografi dan Sejarah. Kompleks Museum Nasional dibangun di atas tanah seluas 26.500 meter<sup>2</sup> dan hingga saat ini mempunyai dua gedung. Gedung A digunakan untuk ruang pameran dan wahana Imersifa. Sedangkan Gedung B, dikenal pula dengan sebutan Gedung Arca, yang dibuka secara resmi pada tanggal 20 Juni 2007 oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono selain digunakan untuk pameran juga digunakan untuk kantor, ruang konferensi, laboratorium, ruang pameran temporer, area komersial, dan perpustakaan.<sup>16</sup> Total Aset Museum Nasional diperkirakan sebesar Rp 2.346.350.093.606.

Adapun total aset di atas diambil sebelum kebakaran yang terjadi pada September 2023. Hingga saat ini ratusan koleksi benda bersejarah yang terdampak akibat kebakaran di Museum Nasional masih diidentifikasi dan dianalisis tingkat kerusakannya serta dikonservasi pada tahap awal, menurut pengelola museum.<sup>17</sup>

<sup>14</sup> CNN Indonesia, "Gara-gara Beyonce Puluhan Juta Orang Datangi Museum Louvre", Jan. 7, 2019, <https://tinyurl.com/5n8vvpk6>

<sup>15</sup> Berbagai sumber, perlu dilakukan riset lanjutan untuk mendapatkan nilai yang lebih akurat.

<sup>16</sup> Museum Nasional, "Profil BLU Museum Nasional", <https://tinyurl.com/yvncfbf2>

<sup>17</sup> BBC Indonesia, "Ratusan benda bersejarah rusak akibat kebakaran Museum Nasional, sebagian masih cukup utuh, dan dapat diidentifikasi", Sep. 19, 2023. <https://tinyurl.com/5am64pbn>

## 5.2 Dampak Sosial

### Studi Kasus 1 – Museum Indonesia



Hasil FGD dan studi dokumen menemukan beberapa dampak sosial sebagai berikut:

1. Pelestarian Nilai Sejarah dan Budaya Bangsa Indonesia
2. Pemberi Arah “Keberagaman” untuk Indonesia
3. Kebanggaan Identitas Nasional atau “Muka Sejarah dan Budaya” Indonesia
4. Sarana Interaksi Sosial: mengangkat isu-isu kaum marginal (Disabilitas dan Perempuan)
5. Sarana Pendidikan dan Pengetahuan (Anak dan Generasi Muda Millennial)
6. Pariwisata dan Rujukan Asing Mengenai Budaya dan Sejarah Indonesia
7. *Social Return on Investment* (SROI)

#### 5.2.1 Pelestarian Nilai Sejarah dan Budaya Bangsa Indonesia



Museum Nasional pada masa lalu

Museum Nasional Indonesia merupakan bagian tak terpisahkan dari sejarah bangsa Indonesia. Didirikan pada 24 April 1778 oleh Pemerintah Belanda sebagai *Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen*, museum ini mencerminkan sejarah panjang dan perkembangan budaya Indonesia.

Pada masa itu di Eropa tengah terjadi revolusi intelektual (*the Age of Enlightenment*) ketika orang mulai mengembangkan pemikiran-pemikiran ilmiah dan ilmu pengetahuan. Pada tahun 1752 di Haarlem, Belanda berdiri *De Hollandsche Maatschappij der Wetenschappen* (Perkumpulan Ilmiah Belanda). Hal ini mendorong orang-orang Belanda di Batavia (Indonesia) untuk mendirikan organisasi sejenis.

*Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen* (BG) merupakan lembaga independen yang didirikan untuk tujuan memajukan penelitian dalam bidang seni dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang-bidang ilmu biologi, fisika, arkeologi, kesusastraan, etnologi, dan sejarah.

Salah seorang pendiri lembaga ini, yaitu JCM Radermacher, menyumbangkan sebuah rumah miliknya di Jalan Kalibesar, suatu kawasan perdagangan di Jakarta-Kota. Kecuali itu ia juga menyumbangkan sejumlah koleksi

benda budaya dan buku yang amat berguna, sumbangan Radermacher inilah yang menjadi cikal bakal berdirinya museum dan perpustakaan.

Selama masa pemerintahan Inggris di Jawa (1811-1816), Letnan Gubernur Sir Thomas Stamford Raffles menjadi Direktur perkumpulan ini. Oleh karena rumah di Kalibesar sudah penuh dengan koleksi, Raffles memerintahkan pembangunan gedung baru untuk digunakan sebagai museum dan ruang pertemuan untuk *Literary Society* (dulu disebut gedung "*Societeit de Harmonie*"). Bangunan ini berlokasi di Jalan Majapahit No. 3. Sekarang di tempat ini berdiri kompleks gedung sekretariat Negara, di dekat Istana kepresidenan.

Jumlah koleksi milik BG terus meningkat hingga museum di Jalan Majapahit tidak dapat lagi menampung koleksinya. Pada tahun 1862, pemerintah Hindia-Belanda memutuskan untuk membangun sebuah gedung museum baru di lokasi yang sekarang, yaitu Jalan Medan Merdeka Barat No. 12 (dulu disebut *Koningsplein West*). Gedung museum ini baru dibuka untuk umum pada tahun 1868.<sup>18</sup>

Sebagai museum yang telah mengalami berbagai perubahan dan pergeseran fungsi, statusnya diubah menjadi Museum Nasional pada 28 Mei 1979.

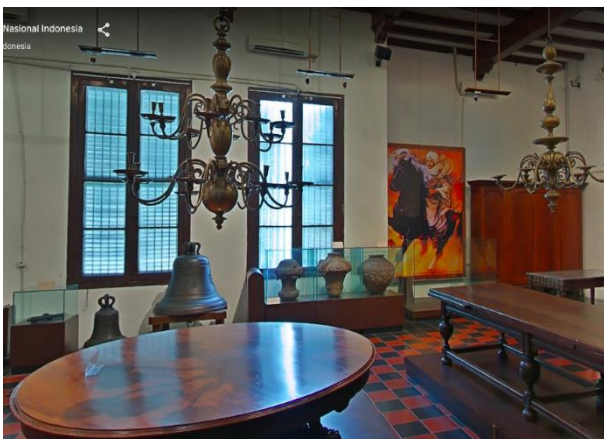
Museum ini tidak hanya menyimpan koleksi artefak sejarah, tetapi juga merupakan saksi bisu dari perjalanan sejarah dan perkembangan budaya Indonesia.

### **KOLEKSI MUSEUM NASIONAL INDONESIA MEMPUNYAI NILAI SEJARAH TAK BERNILAI**

Koleksi Museum Nasional berupa sekitar 190.000 benda bernilai sejarah, terdiri dari tujuh jenis koleksi meliputi:

- Prasejarah
- Arkeologi masa Klasik (Hindu-Buddha)
- Numismatik dan Heraldik
- Keramik
- Etnografi
- Geografi
- Sejarah

Koleksi Sejarah Museum Nasional merupakan benda-benda yang mengandung nilai sejarah Indonesia dan benda-benda peninggalan dari masa pendudukan bangsa Eropa di Indonesia, antara abad ke-16 Masehi hingga abad ke-19 Masehi. Contohnya seperti pelana dan tombak pangeran Diponegoro dan meriam.



Salah satu ruangan di dalam Museum Nasional  
(Sumber: [museumnasional.or.id](http://museumnasional.or.id))



Koleksi sejarah Museum Nasional (Sumber:  
[museumnasional.or.id](http://museumnasional.or.id))

<sup>18</sup> Museum Nasional. "Tentang Kami", <https://tinyurl.com/2szecrs3>

## 5.2.2 Pemberi Arah “Keberagaman” untuk Indonesia

Direktorat Jenderal Kebudayaan Kemendikbudristek pernah menggelar Pameran “Lahirnya Pancasila” pada tanggal 2 sampai 15 Juni 2017 di lobi kaca Museum Nasional. Pameran ini diselenggarakan agar semua masyarakat dapat mengetahui proses lahirnya Pancasila dan kembali memupuk rasa nasionalisme demi keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Menampilkan beberapa *masterpiece* salah satunya adalah salinan pertama (1851) Kitab atau Kakawin Sutasoma. Berbahan lontar, beraksara Bali dan menggunakan bahasa Jawa Kuno. Kakawin Sutasoma merupakan karya Mpu Tantular yang ditulis abad XIV pada era Kerajaan Majapahit. Mpu Tantular sendiri adalah seorang penganut Buddha Tantrayana, namun merasakan hidup aman dan tenteram dalam kerajaan Majapahit yang lebih bernafaskan agama Hindu. Dari kitab inilah semboyan NKRI dikutip oleh pendiri bangsa ini. Kutipan frase “bhinneka tunggal ika” terdapat pada pupuh 139 bait 5 Kakawin Sutasoma.<sup>19</sup>

Museum Nasional, dengan koleksi dan pemerannya, menyajikan kisah dan konteks historis yang mendalam dari nilai-nilai tersebut. Melalui pameran seperti “Lahirnya Pancasila” yang menampilkan artefak bersejarah Museum Nasional menghadirkan bukti sejarah bahwa keberagaman dalam kesatuan adalah prinsip dasar masyarakat Indonesia.



Kakawin Sutasoma karya Mpu Tantular, merupakan salah satu koleksi Museum Nasional  
(Sumber: museumnasional.or.id)



Pameran “Lahirnya Pancasila” yang diadakan di Museum Nasional pada tahun 2017  
(Sumber: museumnasional.or.id)



Peta Indonesia dari Masa ke Masa  
(Sumber: museumnasional.or.id)

Pada tahun 2001 Museum Nasional Jakarta menyelenggarakan pameran dengan tema “Peta Indonesia dari Masa ke Masa”. Peta tertua yang secara khusus menggambarkan Indonesia diyakini dibuat Laurent Fries pada 1522 berupa peta cetak cukilan kayu. Sekitar 18 tahun kemudian, Sebastian Muster ikut melukiskan keberadaan Kepulauan Nusantara secara lebih jelas. Peta Indonesia terlengkap dan akurat dibuat pada 1606 oleh Gerard Mercator dan Jodocus Hondius, berdasarkan data *Vereenigde Oost-Indische Compagnie* (VOC).

Periode pemetaan selanjutnya berubah setelah kedatangan Portugis dan Belanda ke Indonesia. Kota-kota pelabuhan seperti Banten, Batavia (Jakarta), Demak, hingga kepulauan Maluku digambarkan secara detail dan

jelas. Bahkan secara khusus, masing-masing kawasan memiliki peta tersendiri.<sup>20</sup> Melalui pameran seperti ini membantu pemahaman masyarakat tentang “Lahirnya Nusantara.”

<sup>19</sup> Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, “Frase Bhinneka Tunggal Ika dalam Kakawin Sutasoma”, <https://tinyurl.com/yaa6uu8>

<sup>20</sup> Liputan6.com, “Peta Indonesia, dari Masa ke Masa”, Jan. 6, 2002. <https://tinyurl.com/mt37bkue>



Pameran Jalur Rempah di Museum Nasional  
(Sumber: museumnasional.or.id)

Museum Nasional juga pernah mengadakan pameran “Jalur Rempah: *The Untold Story*” pada 18-25 Oktober 2015. Kemasyhuran rempah-rempah Indonesia sudah tercatat di banyak manuskrip kuno sebagai bagian penting dalam pembentukan peradaban dunia. Rempah-rempah Indonesia juga menjadi salah satu komoditas penting dalam jalur perdagangan, bahkan sejak zaman kejayaan kerajaan-kerajaan besar di dunia. Apabila perjalanan rempah-rempah itu dipetakan, Indonesia akan menjadi pusat dari jalur rempah dunia.<sup>21</sup>

### 5.2.3 Kebanggaan Identitas Nasional atau “Muka Sejarah dan Budaya” Indonesia



Dirjen Kebudayaan, Kemdikbud Ristek, Hilmar Farid dalam acara bersama 20 Kedutaan Besar Negara Anggota G20 (Sumber: bgpsumsel.kemdikbud.go.id)

Direktorat Jenderal Kebudayaan Kemdikbudristek mengadakan pertemuan dengan perwakilan 20 kedutaan besar negara anggota G20 di Museum Nasional, Jakarta. Pertemuan pada bulan Mei 2022 ini bertujuan untuk memperkenalkan sejarah dan budaya Indonesia serta konsep yang akan diangkat Indonesia dalam pertemuan tingkat Menteri G20 bidang kebudayaan atau *Culture Ministers’ Meeting* (CMM).

Dalam pertemuan dengan perwakilan 20 kedutaan besar negara anggota G20, Direktorat Jenderal Kebudayaan mengajak mereka berkeliling Museum Nasional dan berkunjung ke Ruang ImersifA.<sup>22</sup> Museum Nasional adalah salah satu kebanggaan identitas nasional dan sebagai simbol identitas nasional yang kuat yang menjadi tempat masyarakat melihat dan

merasakan warisan budaya yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Ini membantu memperkuat rasa kebanggaan dan solidaritas di antara warga negara Indonesia.

### 5.2.4 Sarana Interaksi Sosial: mengangkat isu-isu inklusivitas (Disabilitas dan Kesetaraan Gender)



Kunjungan sekitar 200 umat Katolik Tuli dari 13 negara ke Museum Batik Indonesia (Sumber: museumnasional.or.id)

<sup>21</sup> Satu Harapan, “Pameran Jalur Rempah the Untold Story di Museum Nasional”, Okt. 21, 2015, <https://tinyurl.com/bdh2u7k9>

<sup>22</sup> Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, Dan Teknologi, “Kemendikbudristek ajak perwakilan 20 Kedutaan Besar negara anggota G20 kunjungi Museum Nasional”, Mei 30, 2022, <https://tinyurl.com/2s4ku43x>

Museum Batik Indonesia, sebagai salah satu unit bersama Museum Nasional Indonesia yang dikelola oleh Museum dan Cagar Budaya, mendukung museum yang inklusif dengan mewujudkan pelayanan dan fasilitas yang mudah diakses bagi masyarakat.

Pada 9 September 2023 Museum Batik Indonesia menjadi destinasi kunjungan sejumlah sekitar 200 umat Katolik Tuli dari 13 negara. Kunjungan ini adalah salah satu rangkaian kegiatan Konferensi Katolik Tuli Asia III atau 3rd Asia Deaf Catholic Conference (ADCC), sebuah konferensi yang membahas isu-isu penting yang berkaitan dengan komunitas tuli umat Katolik di Asia.

Selama di Museum Batik Indonesia, para peserta dipandu oleh edukator museum dan dibantu oleh penerjemah bahasa isyarat. Kedatangan peserta ADCC 2023 ini untuk mengenal kekayaan wastra batik di Indonesia yang mendapat predikat warisan dunia *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO). Tidak hanya itu, peserta mendapat berbagai pengalaman, seperti membatik dan mencoba bermain permainan tradisional Indonesia.<sup>23</sup>

Museum Batik Indonesia telah menunjukkan dampak positif yang signifikan bagi penyandang disabilitas melalui penyelenggaraan kunjungan tersebut. Museum Nasional berkomitmen dalam menyediakan pelayanan dan fasilitas yang mudah diakses bagi semua kalangan, termasuk penyandang disabilitas, menjadikannya sebagai destinasi edukasi yang ramah dan berkesan.



Pameran *The Truth Inside You: Alunan Kisah Tentang Perempuan*  
(Sumber: [museumnasional.or.id](https://museumnasional.or.id))

Menyambut peringatan Hari Ibu yang jatuh pada tanggal 22 Desember, Kemendikbudristek melalui Museum Nasional menggelar pameran bertema *The Truth Inside You: Alunan Kisah Tentang Perempuan* yang berlangsung pada 15 Desember 2022 hingga 15 Januari 2023 di Museum Nasional, Jakarta. Tema yang diangkat dalam pameran ini menampilkan kondisi dan peran perempuan dalam keseharian.

Pameran *The Truth Inside You* merupakan sarana edukasi kepada masyarakat bahwa peran perempuan sangat besar bagi Indonesia sejak berabad silam. Hal tersebut terwujud dalam sejumlah produk budaya masa lampau seperti artefak-artefak yang menjadi jejak nyata kontribusi perempuan untuk turut membangun peradaban masyarakat Tanah Air.<sup>24</sup> Pameran ini memberikan dampak positif bagi kaum perempuan dengan menyoroti peran besar mereka dalam peradaban Indonesia.

<sup>23</sup> Museum Nasional Indonesia, "Museum Batik Indonesia sambut Umat Katolik Tuli Asia - Museum Nasional Indonesia", Sep. 9, 2023, <https://tinyurl.com/2ae5sxe2>

<sup>24</sup> Kemendikbudristek, "Kemendikbudristek Gelar Pameran *The Truth Inside You: Alunan Kisah Tentang Perempuan* di Musnas", Des. 15, 2022, <https://tinyurl.com/y5f64mww>

### 5.2.5 Sarana Pendidikan dan Pengetahuan



Museum Nasional menyediakan berbagai fasilitas belajar untuk anak usia dini  
(Sumber: museumnasional.or.id)

Museum Nasional juga menyediakan Ruang Edukasi Anak (*Kids Corner*) dimana isi ruangan tersebut yaitu mainan, alat musik dan pakaian tradisional. Ruang yang mencakup 231 m<sup>2</sup> ini dapat menampung sekitar 25-30 anak. Tercatat sudah banyak sekolah-sekolah yang telah memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh Museum Nasional.

“Dengan adanya *Kids Corner* ini anak-anak jadi lebih mudah untuk memahami budaya Indonesia melalui fasilitas yang disediakan dan kegiatan yang dilaksanakan” ujar salah satu guru pendamping yang sedang menemani anak-anak TK tersebut.<sup>25</sup>

Selain *Kids Corner*, Museum Nasional juga mengadakan kegiatan untuk anak-anak sekolah. Lebih dari 50 sekolah berasal dari Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung hadir di Museum Nasional. Kegiatan yang diberi nama *PAUD goes to Museum* ini diikuti oleh lebih dari 1000 peserta. Peserta berasal dari siswa dan siswi PAUD serta guru dan pendampingnya.

Melalui koleksi peninggalan kebudayaan dan sejarah Indonesia yang ada, siswa dan siswi PAUD diharapkan bisa mengenal kebudayaan dari negaranya. Muhammad Hasbi, selaku Dirjen PAUD, mengatakan bahwa kegiatan seperti ini akan menumbuhkan rasa cinta tanah air pada generasi muda.<sup>26</sup>

“Melihat benda-benda yang ada di Museum ini saya rasa anak-anak dari Taman Kanak-kanak KeenKids merasa senang apalagi mereka merasa senang ketika melihat perahu dari suku Asmat Papua dan benda-benda koleksi lainnya yang ada di Museum Nasional ini”, Ibu Rihanna (Guru TK KeenKids)<sup>27</sup>



Ruang ImersifA di Museum Nasional (Sumber: museumnasional.or.id)

<sup>25</sup> Museum Nasional Indonesia, “Kids Corner Museum Nasional sebagai Wadah Pengenalan Budaya pada Anak Usia Dini”, Sep. 25, 2019, <https://tinyurl.com/t7era4dv>

<sup>26</sup> Museum Nasional Indonesia, “PAUD goes to museum; mendidik karakter anak melalui Pramuka Prasiaga”, Agu. 16, 2019, <https://tinyurl.com/yu96u6uj>

<sup>27</sup> Museum Nasional Indonesia, “Serunya Belajar Manik-manik di Museum Nasional”, Des. 7, 2018, <https://tinyurl.com/yny5ecf4>

Data dari Plt. Kepala Museum Nasional dan Cagar Budaya Sri Hartini pada tahun 2022 menunjukkan bahwa generasi milenial mendominasi jumlah pengunjung Museum Nasional Indonesia. Hal ini seiring dengan adanya tren berbagi di media sosial.

Sri mengatakan pengunjung milenial bahkan datang ke museum dengan menggunakan pakaian yang rapi, sopan bahkan melakukan riasan wajah karena akan membuat konten di museum.

Pihaknya mencatat jumlah pengunjung Museum Nasional Indonesia pada akhir pekan berkisar 2.500-3.000 pengunjung dan 1.200-1.300 pengunjung pada hari kerja. Bahkan pernah tercatat mencapai 5.500 pengunjung pada masa pandemi COVID-19 yang didominasi oleh generasi milenial.

Meningkatnya kunjungan generasi milenial tersebut salah satu dampak dari Museum Nasional Indonesia yang mulai berbenah dengan mulai memperhatikan kondisi dan fasilitas museum sehingga lebih ramah milenial.

Selain itu, Museum Nasional juga bertekad untuk mengubah *image* museum dari tempat koleksi menjadi tempat yang sesuai dengan fungsi sebenarnya, yakni sebagai tempat edukasi, menimba pengetahuan, penelitian, pengkajian dan tempat pariwisata.<sup>28</sup> Perkembangan ini menunjukkan bahwa Museum Nasional dapat menjadi salah satu sarana pendidikan dan pengetahuan untuk generasi milenial.

## 5.2.6 Pariwisata dan Rujukan Asing Mengenai Budaya dan Sejarah Indonesia



Koleksi di Museum Nasional (Sumber: museumnasional.or.id)

Museum Nasional Indonesia merupakan salah satu fasilitas yang menyediakan informasi mengenai budaya dan sejarah Indonesia, yang merupakan aset penting negara. Museum Nasional Indonesia berfungsi sebagai referensi utama untuk budaya dan sejarah Indonesia, memastikan informasi yang akurat dapat diakses oleh semua pengunjung. Dengan menggunakan media interaktif dan pameran yang dirancang dengan baik, museum meningkatkan pengalaman pengunjung, menjadikannya edukatif dan berkesan.<sup>29</sup>

Museum Nasional didirikan untuk melestarikan kekayaan budaya Indonesia dan mendorong masyarakat untuk mencintai budaya Indonesia. Museum Nasional memiliki visi untuk menjadi pusat informasi pariwisata dan budaya yang dapat meningkatkan kehidupan intelektual bangsa, memperkuat persahabatan dan persatuan antarbangsa, serta mengembangkan rasa peradaban dan budaya nasional. Museum ini juga menawarkan bimbingan kepada pengunjung, baik kepada tamu istimewa (peneliti atau tamu dari negara lain).<sup>30</sup>

Museum Nasional Indonesia diakui secara internasional sebagai institusi budaya dan edukasi yang signifikan. Museum ini menonjol karena kolaborasinya dengan Google, menjadikannya sebagai museum pertama di

<sup>28</sup> Antaranews, "Generasi Milenial Dominasi Jumlah Pengunjung Museum Nasional Indonesia", Okt. 12, 2022, <https://tinyurl.com/2s35d3hz>

<sup>29</sup> Tjahjono, K., Et. Al., "The Application of Informative Media on Collectibles at the Indonesian National Museum", *International Journal of Application on Social Sciences and Humanities*, 2023, <https://tinyurl.com/3fptyw3j>

<sup>30</sup> Australia Indonesia Youth Association, "Indonesian Culture: What to Know About Museum Nasional", Jun. 18, 2015, <https://tinyurl.com/5eabkb5t>

Asia dan Eropa yang memanfaatkan teknologi canggih seperti panorama virtual dan "Indoor Street View." Kemitraan ini menyoroti peran museum sebagai referensi global untuk budaya dan sejarah Indonesia.<sup>31</sup>

### 5.2.7 SROI

*Social Return on Investment* (SROI) adalah metode untuk mengukur dan mengevaluasi nilai sosial dari suatu investasi atau program. SROI membantu organisasi, terutama yang berorientasi sosial, untuk memahami dampak yang dihasilkan oleh aktivitas mereka, baik dalam bentuk finansial maupun sosial.

**Studi Kasus Museum East of Anglia (MEAL)**, sebuah museum berbasis *social enterprise* di Inggris yang berfokus pada sejarah agrikultur.

Investasi total sebesar £53.060 (sekitar Rp 795.900.000). Setiap investasi MEAL sebesar £1 (diasumsikan Rp 15.000 di tahun 2016) menghasilkan **SROI sebesar £4,3 (Rp 64.500)**.

Kategori	Investasi Sosial
Anggaran (seperti <i>fee</i> , akreditasi, material)	€15.000 (Rp 225.000.000)
Gaji <i>project manager</i> (4 hari dalam 1 minggu)	€16.000 (Rp 240.000.000)
Jam kerja sukarelawan	€3.787 (Rp 56.805.000)
Biaya operasional museum	€18.272 (Rp 274.080.000)
<b>Total Investasi Sosial</b>	<b>€53.060 (Rp 795.900.000)</b>

Kategori	Immediate Value Year 1	Value Year 2	Value Year 3	Value Year 4	Value Year 5	Total
<b>Investment Values</b>	£175.439 (Rp 2.631.585.000)	£44.203 (Rp 663.045.000)	£13.551 (Rp 203.265.000)	£5.169 (Rp 77.535.000)	£2.366 (Rp 35.490.000)	£240.728 (Rp 3.610.920.000)
<b>Present Value (3.5 persen Discount)</b>	£169.506 (Rp 2.542.590.000)	£41.264 (Rp 618.960.000)	£12.222 (Rp 183.330.000)	£4.504 (Rp 67.560.000)	£1.992 (Rp 29.880.000)	£229.489 (Rp 3.442.320.000)
<b>Total Investment</b>	£53.060 (Rp 795.900.000)					
<b>SROI</b>	<b>4,3</b>					

<sup>31</sup> Putri, G. R., "Lifelong Learning at the National Museum of Indonesia: a place of ICT-based Information Management" *Academia*, 2015, <https://tinyurl.com/ykdfemjs>

**Museum Derby (UK)** merupakan yayasan independen yang menaungi tiga museum, Museum Galeri Seni, Museum of Making, dan *Pickford House*. Yayasan mengurus museum atas nama Dewan Kota Derby untuk masyarakat Derby.

Untuk setiap £1 yang diinvestasikan, Museum Derby dapat mengklaim nilai sosial sebesar £5,86 selama lima tahun yang diatribusikan ke Museum of Making (5,86).



### 5.3 Dampak Lingkungan Studi Kasus 1 - Museum Indonesia



Hasil FGD dan studi dokumen menemukan beberapa dampak lingkungan sebagai berikut:

1. Penghijauan di Lingkungan Museum
2. Sarana Implementasi Inisiatif Hijau (Listrik, Air, dan Sampah)
3. Media Gerakan Sadar Lingkungan Hidup
4. Pemberi Pesan "Artefak" tentang Hubungan Manusia dan Alam

#### 5.3.1 Penghijauan di lingkungan Museum

Museum sebagai simbol ilmu dan kebudayaan Indonesia adalah yang terdepan dalam gerakan pelestarian lingkungan. Contohnya Museum Subak Mandala Mathika Tabanan, Bali menjadi museum pertama di tanah air yang menggunakan energi baru terbarukan untuk operasionalnya.

Hal ini diwujudkan melalui kerja sama antara Museum Subak dengan PT PLN (Persero) terkait penggunaan listrik ramah lingkungan melalui layanan *Renewable Energy Certificate* (REC) sebesar 200 unit atau setara 200 Megawatt Hour (MWh).<sup>32</sup>



Museum Subak Tabanan Bali (Sumber: wikipedia.org)

Dengan menggunakan fasilitas REC dari PLN ini, pelanggan dapat berkegiatan sehari-hari dengan suplai energi yang ramah lingkungan. Selain itu, dapat ikut serta untuk menekan emisi karbon yang berdampak pada lingkungan dan iklim.

<sup>32</sup> Tropis.id, "Tekan Emisi Karbon, Museum Subak di Bali Mulai Gunakan Energi Bersih", Jul. 1, 2024, <https://tinyurl.com/y444msmf>

### 5.3.2 Sarana Implementasi Inisiatif Hijau



California Academy of Sciences (Sumber: calacademy.org)

California Academy of Sciences menjalankan inisiatif hijau dengan mengintegrasikan atap hijau seluas 2,5 hektar sebagai inti dari bangunannya. Atap ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang hijau, tetapi juga memainkan peran penting dalam mengatur suhu, sirkulasi udara, dan pencahayaan alami di dalam museum. Dengan 1,7 juta tanaman yang tumbuh dalam nampan *biodegradable*, atap ini menciptakan oasis bagi berbagai makhluk hidup sambil mengurangi jejak karbon museum. Dikelilingi oleh panel surya, atap hijau ini adalah contoh komitmen museum terhadap keberlanjutan dan pelestarian lingkungan.<sup>33</sup>

Museum Nasional juga memiliki ruang *semi-outdoor* yang bersanding dengan area *Amphitheater*, yaitu area *Sunken*. Pada area *Sunken* tersebut dapat dilakukan implementasi inisiatif hijau seperti contoh di atas.

#### Museum Louvre

Louvre berhasil mengurangi emisi CO2 sebesar 1.160 ton per tahun, dengan cara mematikan pencahayaan piramida kaca pada pukul 11 malam (sebelumnya pukul 1 pagi).

Emisi CO2 tersebut setara dengan sekitar 10.000 perjalanan mobil dari Paris ke Marseille.<sup>34</sup> Dalam konteks Indonesia, ini bisa disamakan dengan sekitar 7.500 perjalanan mobil dari Jakarta ke Surabaya, mengingat jarak yang hampir setara antara kedua rute tersebut.



Museum Louvre (Sumber: suneducationgroup.com)



Museu do Amanhã di Rio de Janeiro  
(Sumber: tripadvisor.co.id)

#### Museu do Amanhã di Rio de Janeiro

Museu do Amanhã di Rio de Janeiro melakukan inisiatif penghematan air dengan menggunakan sistem pendingin udara yang memanfaatkan air dari Teluk Guanabara yang dibersihkan dan dikembalikan ke sumbernya.

Museum ini juga mengumpulkan dan menggunakan kembali air hujan. Berkat inisiatif ini, museum berhasil menghemat sekitar 9,6 juta liter air setiap tahun (atau bisa mengisi 9 kolam renang ukuran Olimpiade).<sup>35</sup>

<sup>33</sup> California Academy of Sciences, "Living Roof: California Academy of Sciences", <https://tinyurl.com/2bvkn4bc>

<sup>34</sup> Artnet News, "The Louvre's Pyramid Goes Dark Early as Museums Across Europe Ramp Up Plans to Cut Energy Costs", Sep. 21, 2022, <https://tinyurl.com/2ptzbtvz>

<sup>35</sup> Blooloop, "The world's most sustainable museums", Mar. 17, 2023, <https://tinyurl.com/mte52vjw>

### The British Museum

The British Museum berupaya mengurangi dampak lingkungan dengan mendaur ulang atau membakar sampah dan mengubah limbah menjadi listrik. Selain itu, komitmen dalam mengembangkan pameran berkelanjutan dengan lebih dari 90 persen bahan yang digunakan untuk membangun pajangan didaur ulang dari pameran Manga.<sup>36</sup>



The British Museum (Sumber: britannica.com)



Museum Nasional Singapura (Sumber: wikipedia.org)

### Museum Nasional Singapura

Upaya untuk mendukung inisiatif penggunaan material yang *sustainable* juga dilakukan Museum Nasional Singapura. Terdapat sebuah kegiatan pengumpulan internal staf. Lebih dari 200 barang termasuk koper, tali lompat, dan kantong teh *bubble* dikumpulkan yang disumbangkan oleh staf diseleksi sebelum dipajang di zona penyortiran dan ruang interaktif. Setelah pameran, barang yang disumbangkan didaur ulang (*recycle*) atau digunakan kembali (*reuse*) jika memungkinkan.<sup>37</sup>

## 5.3.3 Media Gerakan Sadar Lingkungan Hidup



Eden Project (Sumber: edenproject.com)

### Instalasi Eden Project

Eden Project adalah badan amal atau perusahaan sosial yang menginisiasi aksi-aksi positif untuk lingkungan. Instalasi Eden Project menampilkan atraksi berupa tanaman dan dunia alami, menghubungkan kembali orang-orang dengan alam, dan bekerja untuk meregenerasi lanskap yang rusak.

Hal ini didasari oleh peran penting tanaman dan alam dalam menyediakan sistem dukungan kehidupan dunia, seperti udara segar, air bersih, tanah subur, makanan bergizi, iklim yang stabil, serta kesehatan, dan kesejahteraan.

<sup>36</sup> British Museum, "Disposable Rubbish and Us", Des. 19, 2019, <https://tinyurl.com/2fj69nrd>

<sup>37</sup> Futr Singapore, "Exhibit 'Plastic: Remaking Our World' debuts at the National Museum of Singapore", Feb. 2, 2024, <https://tinyurl.com/2cn5xksr>



Ruang terbuka di Museum Nasional  
(Sumber: tripadvisor.co.id)

### Ruang terbuka di Museum Nasional

Museum Nasional dapat menggunakan area-area terbuka di dalam museum untuk melakukan gerakan meningkatkan kesadaran atau *awareness* terhadap lingkungan hidup.

## 5.3.4 Pemberi Pesan “Artefak” tentang Hubungan Manusia dan Alam



Koleksi etnografi Museum Nasional  
(Sumber: museumnasional.or.id)

Koleksi etnografi Museum Nasional menyajikan benda-benda atau hasil budaya dari suku-suku bangsa di seluruh Indonesia. Penyajian koleksi didasarkan pada pengelompokan regional atau geografis yang memberikan gambaran tentang kebudayaan dari tiap-tiap suku bangsa di Indonesia.

Salah satu koleksi Etnografi Museum Nasional yang menggambarkan bagaimana masyarakat adat Indonesia hidup berdampingan dengan alam. Uma Lengge berbentuk segitiga lancip pada bagian atas dengan panggung yang terbentuk dari empat tiang di bagian bawahnya. Bentuknya yang panggung berguna untuk menghindari dari binatang liar, dan juga agar rumah tetap kuat ketika gempa menyerang lereng Gunung Lambitu.<sup>38</sup>

Melalui koleksi Museum Nasional seperti ini, terdapat bukti etnografi tentang hubungan manusia dengan alam.

<sup>38</sup> Museum Nasional Indonesia, “Forma dan Konstruksi UMA LENGGE”, Jan. 19, 2018, <https://tinyurl.com/5cefz58e>

## 5.4 Dampak Ekonomi

### Studi Kasus 2 – Kain Tradisional



Batik adalah kain khas Indonesia bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam (sejenis lilin) pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan.

Kain Batik digunakan dalam berbagai kegiatan seperti upacara adat, prosesi pernikahan dan lainnya. Pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO menetapkan batik sebagai Intangible Cultural Heritage (ICH) atau Warisan Budaya Takbenda.

#### Potensi Pendapatan

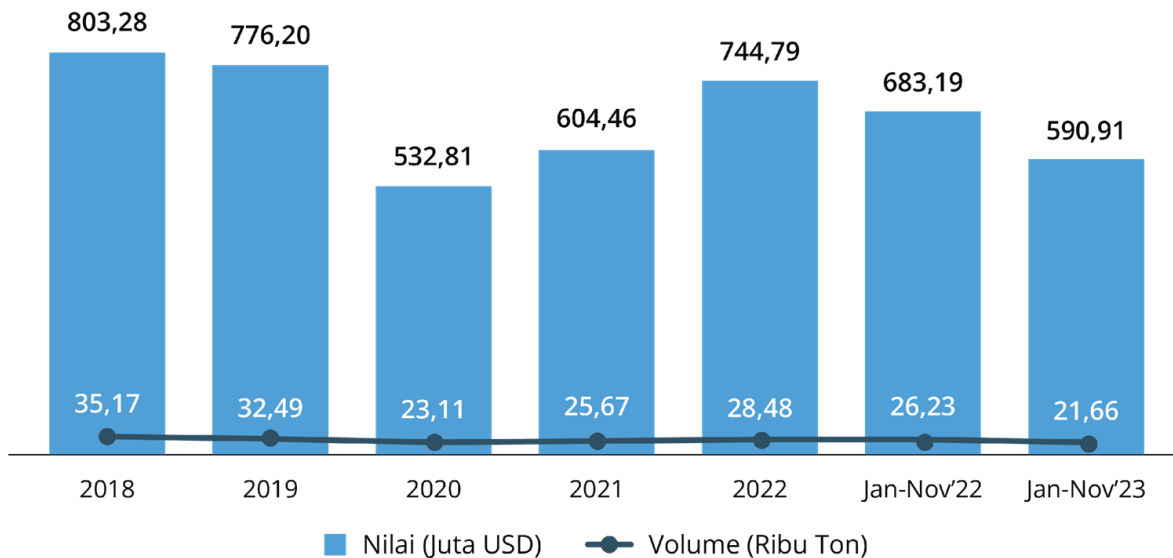
Studi ini telah memetakan berbagai sumber pendapatan yang dapat diperoleh dari kan tradisional, secara khususnya kain batik, yaitu terdiri dari:

1. Perdagangan Ekspor Batik
2. Perdagangan Batik dalam negeri
3. UMKM di Wisata Kampung Batik
4. Workshop Kelas Batik
5. *Event* (Festival Batik)
6. Royalti dari Film dan Musik
7. Museum Tekstil dan Batik
8. Nilai Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Hasil FGD dan studi dokumen menunjukkan potensi ekonomi per tahun untuk kain batik terdiri dari: perdagangan ekspor batik (potensi Rp 9,5 triliun), perdagangan batik dalam negeri (potensi perputaran uang Rp 470 miliar), UMKM Kampung Batik (potensi 10 sentra batik), *workshop* kelas batik (potensi Rp 50.000 – Rp 700.000 per kelas), *event* (Festival Batik) (potensi Rp 5-7 miliar per *event*), royalti dari film dan musik (potensi Rp 30 juta per film), Museum Tekstil dan Batik (potensi Rp 184 juta dari tiket masuk), dan nilai HKI belum ada data.

### 5.4.1 Perdagangan Ekspor Batik

Realisasi Ekspor Batik Indonesia 2018-2023 (Jan-Nov)



Sumber: Pusat Data dan Sistem Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Perdagangan (2023)<sup>39</sup>

Grafik di atas menunjukkan realisasi ekspor batik Indonesia terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020 hingga tahun 2022. Pada tahun 2022 mencapai nilai ekspor sebesar US\$744,79 juta, yang merupakan pencapaian tertinggi sejak 2020. Pada tahun 2020 nilai ekspor menurun drastis dikarenakan masa pandemi. Pada tahun 2023, nilai ekspor mengalami penurunan sebesar 13,51 persen menjadi US\$590,91 juta.

Pada masa sebelum pandemi nilai ekspor batik Indonesia pernah mencapai US\$803,23 juta, yakni pada tahun 2018. Hal ini menunjukkan potensi ekspor yang besar untuk batik Indonesia.

### 5.4.2 Perdagangan Batik dalam negeri

Sejak 2 Oktober 2009 batik diakui UNESCO sebagai warisan budaya milik Indonesia. Sejak pengukuhan tersebut, perkembangan industri batik Indonesia semakin pesat. Hal ini turut membesarkan sentra batik di berbagai daerah di Indonesia.

Sentra-sentra industri kreatif batik ini selain menjadi lokasi kunjungan wisata yang menarik juga menghasilkan nilai perdagangan yang tidak kecil.

<sup>39</sup> Satudata Kemendag, "Realisasi Ekspor Impor Batik Periode 2018 - 2023 Januari-Maret", 2023, <https://tinyurl.com/y4bd5jv4>

**Data Volume Penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon 2018-2020 (dalam satuan unit)**

Bulan	Tahun		
	2018	2019	2020
Januari	335.655	352.876	245.987
Februari	334.890	351.180	235.654
Maret	347.640	351.780	234.765
April	347.390	350.885	228.098
Mei	345.987	347.945	224.560
Juni	342.534	346.325	221.765
Juli	344.550	344.210	219.975
Agustus	346.872	343.890	218.942
September	351.450	334.570	218.890
Oktober	350.330	310.320	218.232
November	347.890	270.235	217.985
Desember	344.630	258.980	217.890
<b>Total</b>	<b>4.139.818</b>	<b>3.963.196</b>	<b>2.702.743</b>

Sumber: Lap. Keuangan BT Trusmi Diolah Kembali, 2022

**Data Volume Penjualan UMKM BT Batik Trusmi Kabupaten Cirebon 2018-2020 (dalam ribuan rupiah)**

Bulan	Penjualan Batik		
	2018	2019	2020
Januari	36.565.855	50.246.870	25.879.047
Februari	36.545.650	49.356.840	23.654.894
Maret	45.640.850	49.844.325	22.876.789
April	45.627.390	49.167.890	22.246.867
Mei	42.981.654	48.752.456	21.987.086
Juni	39.786.745	47.864.320	21.342.865
Juli	42.590.834	45.632.180	20.746.820
Agustus	44.876.372	44.345.876	19.960.870
September	49.674.450	35.987.654	19.724.655
Oktober	49.530.210	30.654.354	19.559.860
November	48.753.280	28.765.432	18.954.786
Desember	46.879.432	27.876.460	18.876.540
<b>Total</b>	<b>529.452.722</b>	<b>508.494.657</b>	<b>255.811.079</b>

Sumber: Lap. Keuangan BT Batik Trusmi Diolah Kembali, 2022

Sentra Batik Trusmi Cirebon contohnya. Sejak dulu Cirebon dikenal sebagai salah satu pusat pengrajin batik terbaik di Indonesia. Sentra Batik Trusmi terletak di kawasan Plered, atau sekitar 4 kilometer sebelah barat Kota Cirebon. Terletak tak jauh dari jalur utama Pantura, membuat sentra batik ini mudah diakses oleh wisatawan.

Sentra batik Trusmi sendiri merupakan sebuah desa yang dihuni oleh para pengrajin batik di Cirebon. Hingga saat ini, terdapat lebih dari 3.000 pelaku industri kreatif di sentra batik Trusmi. Motif batik premium di kawasan ini adalah motif Batik Mega Mendung dan Paksi Naga Liman. Wisatawan dapat memasuki daerah sentra batik Trusmi dan belajar membuat langsung dari para pengrajin batik.<sup>40</sup>

Tabel di atas menunjukkan volume perdagangan penjualan UMKM BT Batik Trusmi tahun 2018-2020. Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa total penjualan pada tahun 2018 mencapai Rp 529,45 miliar. Itu baru pada satu sentra batik saja. Sedangkan di Indonesia terdapat sekitar 47.000 produsen batik, dan 101 pusat lokasi bisnis batik. Diperkirakan, industri kreatif batik ini berkontribusi pada total industri mencapai 18,2 persen dari total nilai neto industri di Indonesia, dan juga menyerap sekitar 200.000 tenaga kerja wanita.<sup>41</sup>

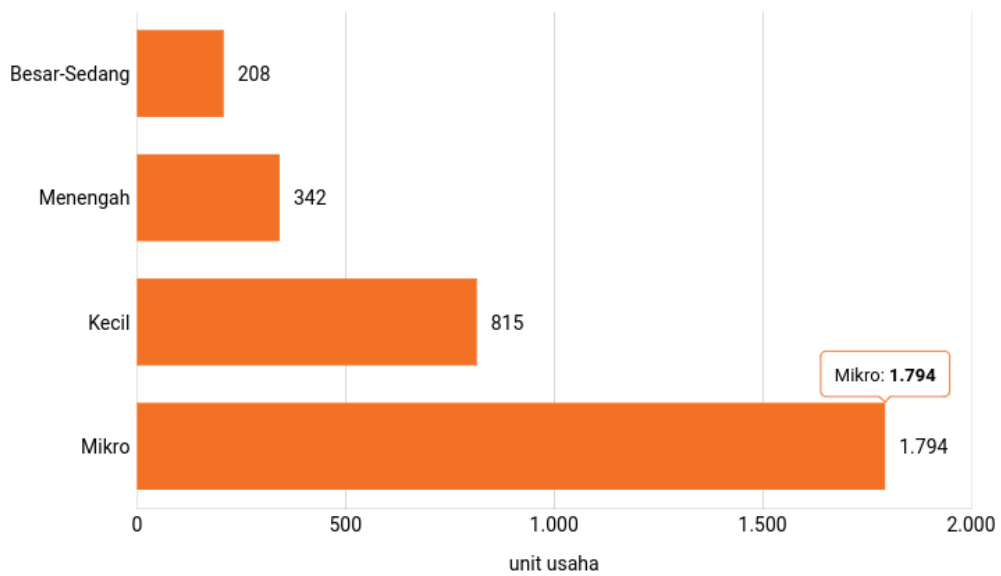
### 5.4.3 UMKM di Wisata Kampung Batik

Seiring dengan perkembangan industri batik, sentra-sentra batik juga tumbuh di berbagai daerah di Indonesia. Hal ini juga turut meningkatkan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di berbagai daerah tersebut. Grafik di bawah menunjukkan jumlah industri batik di Indonesia berdasarkan skala usaha. Dapat dilihat pada grafik tersebut, sebagian besar industri batik di Indonesia dilakukan oleh usaha yang termasuk dalam skala Mikro.

<sup>40</sup> Kemenparekraf, "10 Sentra Batik di Pulau Jawa yang Menjadi Destinasi Wisata Ekonomi Kreatif", Feb. 22, 2021, <https://tinyurl.com/2tzdae8f>

<sup>41</sup> Kompas, "Pertumbuhan Industri Kreatif Batik untuk Meningkatkan Industrialisasi", Mei 31, 2023, <https://tinyurl.com/yc6csu3m>

**Jumlah Industri Batik di Indonesia Berdasarkan Skala Usaha (2018-2021)**



Sumber: Databoks

**Sentra Batik di Berbagai Daerah di Indonesia**

Nama Kawasan Batik	Lokasi
Sentra Batik Trusmi	Cirebon, Jawa Barat
Sentra Batik Palbatu	Jakarta Selatan, DKI Jakarta
Kampung Batik Kauman	Pekalongan, Jawa Tengah
Kampung Batik Semarang	Semarang, Jawa Tengah
Kampung Batik Giriloyo	Bantul, DI Yogyakarta
Kampung Batik Laweyan	Solo, Jawa Tengah
Kampung Batik Girli Kliwonan Sragen	Sragen, Jawa Tengah
Sentra Batik Lasem Rembang	Rembang, Jawa Tengah
Kampung Batik Jetis Sidoarjo	Sidoarjo, Jawa Timur
Kampung Batik Putat Jaya Surabaya	Surabaya, Jawa Timur

#### 5.4.4 Workshop Kelas Batik

Batik merupakan kerajinan bernilai seni tinggi yang telah menjadi bagian integral dari budaya Indonesia, sejak zaman dahulu. Di masa lalu, perempuan-perempuan Jawa menggunakan keterampilan membatik mereka sebagai mata pencaharian utama, menjadikan pekerjaan ini eksklusif bagi perempuan hingga penemuan "Batik Cap" yang membuka peluang bagi pria untuk terlibat dalam bidang ini. Kini, banyak yang tertarik untuk mempelajari teknik-teknik membatik sehingga mulai bermunculan kelas-kelas membatik.

##### Beberapa lokasi yang menyediakan kelas membatik

Lokasi	Tarif	Kapasitas pengunjung/kelas
Kampung Batik Giriloyo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paket 5 Orang (Rp 25.000)</li> <li>Paket 200 orang (Rp 25.000 – Rp 55.000)</li> </ul> Sumber: travel.kompas.com (2022)	200 orang
Rumah Batik Komar, Bandung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paket Membatik (Rp 50.000 – Rp 185.000)</li> <li>Paket Semi Profesional (Rp 3.600.000)</li> <li>Paket Profesional (Rp 6.000.000)</li> </ul> Sumber: batikkomar.com (2024)	
Kampung Batik Kauman, Solo	Rp 50.000 Sumber: detik.com (2024)	40 orang/hari
Rumah Batik Palbatu, Jakarta	Basic 1 (Rp 150.000); Basic 1 Plus (Rp 175.000); Basic 2 (Rp 250.000); Batik Cap (Rp 500.000) Sumber: travel.kompas.com (2023)	
Phalam Batik & Souvenirs, Bali	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode pewarnaan (Rp 500.000/orang)</li> <li>Metode menyikat (Rp 700.000/orang)</li> </ul> Sumber: phalambatik.thephala.com (2024)	2-20 orang
Workshop Pak Rumi (daring)	Rp 200-300 ribu per kelas Sumber: FGD, pengelola <i>workshop</i> batik (2024)	10-30 orang

## PAKET PELATIHAN BATIK RUMAH BATIK KOMAR

\*Bertaku Mulai Maret 2024

<p><b>Paket 1 (Tour)</b></p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">IDR 50.000</p> <p style="font-size: 0.8em;">/ orang</p> <p style="font-size: 0.7em;">Estimasi Durasi : 1 Jam</p> <p><b>FASILITAS</b></p> <p style="font-size: 0.7em;">Tour Proses Membatik Penyampaian Materi Mengenai Batik Es Teh Manis / Es Lemon Tea</p>	<p><b>Paket 2 (Membatik 1 Warna)</b></p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">IDR 170.000</p> <p style="font-size: 0.8em;">/ orang</p> <p style="font-size: 0.7em;">IDR 150.000 / &lt; 10 orang    IDR 115.000 / &gt; 10 orang</p> <p style="font-size: 0.7em;">Estimasi Durasi : 2 Jam</p> <p><b>FASILITAS</b></p> <p style="font-size: 0.7em;">Tour Proses Membatik; Penyampaian Materi Mengenai Batik; Praktik Batik Tulis dan Cap 1 Warna di kain 60 cm x 60 cm; Es Teh Manis / Es Lemon Tea</p>	<p><b>Paket 3 (Membatik 4 Warna)</b></p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">IDR 185.000</p> <p style="font-size: 0.8em;">/ orang</p> <p style="font-size: 0.7em;">IDR 160.000 / &lt; 10 orang    IDR 130.000 / &gt; 10 orang</p> <p style="font-size: 0.7em;">Estimasi Durasi : 3-4 Jam</p> <p><b>FASILITAS</b></p> <p style="font-size: 0.7em;">Tour Proses Membatik; Penyampaian Materi Mengenai Batik; Praktik Batik Tulis dan Cap 4 Warna/collet di kain 60x60 cm; Es Teh Manis / Es Lemon Tea</p>		
<p><b>Paket 4 (Semi Profesional)</b></p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">IDR 3.600.000</p> <p style="font-size: 0.8em;">/ orang</p> <p style="font-size: 0.7em;">Duration : 3 hari x 8 Jam</p> <p><b>FASILITAS</b></p> <p style="font-size: 0.7em;">Tour Proses Membatik; Materi dan Teori Batik Makan-Siang &amp; Snack; Alat gambar dan Bahan Membatik; Praktik Batik Tulis dan Cap 4 Warna di kain 1 m x 1 m; Sertifikat Dasar Membatik</p>			<p><b>Paket 5 (Professional)</b></p> <p style="font-size: 2em; font-weight: bold;">IDR 6.000.000</p> <p style="font-size: 0.8em;">/ orang</p> <p style="font-size: 0.7em;">Duration : 5 hari x 8 Jam</p> <p><b>FASILITAS</b></p> <p style="font-size: 0.7em;">Pelatihan Profesional; Materi &amp; Teori oleh Bapak Komar; Makan Siang &amp; Snack; Alat gambar dan Bahan Membatik Praktik Batik Tulis dan Cap 4 Warna di kain 2m x 1m; Sertifikat Pelatihan Profesional;</p>	
<p><b>Workshop &amp; Showroom</b> Jl. Cigadung Raya Timur 1 No 5 Bandung 40191 +62 812-2368-2669   +62 22 2514788</p> <p><b>Showroom</b> Jl. Sumbawa No 22 Bandung 40113 +62 812 2162 7798   +62 22 4237688</p>		<p><b>Our Website</b> <a href="http://www.batikkomar.com">www.batikkomar.com</a></p> <p><b>Our Instagram</b> @batikkomar <a href="mailto:batikkomar.pr@gmail.com">batikkomar.pr@gmail.com</a></p>		<p><b>Waktu operasional workshop:</b> <b>Senin-Sabtu (08.00-16.00)</b></p> <p><b>Info lebih lanjut</b> <b>+62 823 1899 3568 (Reksa)</b></p>

Contoh Paket Pelatihan Batik Rumah Batik Komar

### 5.4.5 Event (Festival Batik)



Kegiatan Festival UMKM & Batik Siliwangi  
(Sumber: siliwangi.tniad.mil.id)

Batik telah dianggap oleh masyarakat sebagai ikon budaya penting di Indonesia. Masyarakat Indonesia mengenakan batik sebagai busana kasual dan formal yang dapat digunakan dalam beragam acara. Karena itu, berbagai festival batik sering kali mendapat sambutan yang baik dari masyarakat Indonesia.

Contohnya Festival UMKM & Batik Siliwangi yang diadakan di Kota Bandung yang berlangsung 5 hari pada 15-19 Juni 2022 menghasilkan omset transaksi Rp 7,05 miliar dan mendatangkan 5.736 pengunjung.<sup>42</sup> Di luar pulau Jawa, sebuah festival batik bertajuk Batara Expo yang diselenggarakan di Muara Teweh menghasilkan peredaran dan perputaran uang mencapai Rp 2 miliar.<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Media Budaya Indonesia, "Festival UMKM & Batik berlangsung 5 hari, omzet mencapai 7,05 miliar", Jun. 20, 2022, <https://tinyurl.com/4ax7dxdt>

<sup>43</sup> Info Borneo Terkini, "10 Hari Batara Expo Digelar, Peredaran Uang Capai Rp 2 Miliar", Agu. 5, 2024, <https://tinyurl.com/mr2krsyw>

### 5.4.6 Royalti dari Film dan Musik

Seni Hiburan menggambarkan karya seni yang digunakan dalam film, *game*, dan acara TV, jenis seni ini dibuat untuk membantu penonton memvisualisasikan dan mendesain karakter, set, alat peraga, pakaian/rekayasa, dan hal lain yang diperlukan untuk produksi.

Seorang pemilik Film Art LA, Jennifer Long menyatakan bahwa sebagian anggaran film dialokasikan antara US\$8.000 – US\$25.000 untuk karya seni; perusahaannya membayar secara khusus **40 persen untuk seniman, mengambil 40 persen**, dan mengalokasikan 20 persen sisanya untuk mempromosikan karya seni lainnya.<sup>44</sup>

### 5.4.7 Museum Tekstil dan Batik

Adanya museum batik di Indonesia penting untuk melestarikan, mendokumentasikan, dan mempromosikan warisan budaya batik, serta meningkatkan pemahaman, apresiasi, dan dukungan terhadap seni ini di tingkat nasional dan internasional. Kecintaan masyarakat Indonesia pada batik juga mendorong tingginya kunjungan ke museum tekstil dan museum batik yang ada di Indonesia.

#### Lokasi, Tarif, dan Jumlah Pengunjung pada Museum Tekstil dan Museum Batik

Lokasi	Tarif	Pengunjung
Museum Tekstil Jakarta	Tiket Masuk <ul style="list-style-type: none"> <li>Anak-anak : Rp 2.000</li> <li>Mahasiswa: Rp 3.000</li> <li>Dewasa : Rp 5.000</li> </ul> Mambatik <ul style="list-style-type: none"> <li>50 cm x 50 cm: Rp 50.000</li> <li>1 m : Rp 200.000</li> </ul> Sumber: travel.kompas (2022)	2019: 34.864 orang 2020: 8.379 orang 2021: 3.674 orang
Museum Batik Pekalongan	Tiket Masuk <ul style="list-style-type: none"> <li>Anak-anak dan mahasiswa: Rp 2.000</li> <li>Dewasa: Rp 3.000</li> <li>Turis mancanegara: Rp 5.000</li> </ul> Sumber: jatengprov.go.id (2021)	2021: 6.194 orang 2022: 24.697 orang 2023: 40.933 orang

<sup>44</sup> M3 Studios Miami, "Using & licensing of art in the entertainment industry", Jun. 19, 2019, <https://tinyurl.com/bddtf3b3>

## Pendapatan Obyek Wisata Museum Batik

Banyaknya Pendapatan Obyek Wisata Museum Batik			
Bulan	2021	2022	2023
Januari	1,456,000	3,488,000	17,958,000
Februari	1,113,000	3,737,000	14,811,000
Maret	3,075,000	9,345,000	20,646,000
April	1,968,000	6,926,000	5,853,000
Mei	1,534,000	11,087,000	5,815,000
Juni	2,566,000	11,645,000	15,789,000
Juli	0	8,322,000	9,283,000
Agustus	0	5,865,000	7,841,000
September	1,660,000	13,030,000	14,939,000
Oktober	2,010,000	11,576,000	18,370,000
Nopember	5,660,000	12,275,000	19,116,000
Desember	4,692,000	18,788,000	23,122,000
<b>Tahunan</b>	<b>31,335,000</b>	<b>116,084,000</b>	<b>183,543,000</b>

Sumber: pekalongankota.bps.go.id, Databoks (2022)

Museum Batik Pekalongan yang beralamat di Jalan Jetayu 1 Pekalongan Jawa Tengah memiliki berbagai fasilitas antara lain ruang koleksi batik, perpustakaan, kedai batik, *workshop* batik, ruang pertemuan, dan layanan HKI. Museum ini menampilkan batik khas berbagai daerah di Indonesia serta alat-alat batik seperti canting. Seperti dapat dilihat pada tabel Lokasi, Tarif, dan Jumlah Pengunjung pada Museum Tekstil dan Museum Batik, jumlah kunjungan ke Museum Batik Pekalongan terus meningkat dari tahun ke tahun. Tabel Pendapatan Obyek Wisata Museum Batik menunjukkan jumlah pendapatan Museum Batik terus meningkat sejak tahun 2021 hingga tahun 2023.

#### 5.4.8 Nilai HKI

Salah satu jenis batik khas daerah adalah batik nitik. Batik nitik adalah batik dengan motif yang tersusun dari ribuan titik persegi yang membentuk ruang, sudut, dan bidang geometris. Keunikan motif titik ini berasal dari ujung canting yang dibelah menjadi empat sehingga titik-titik yang dihasilkan berbentuk persegi. Selain terdiri dari bujur sangkar dan persegi panjang, kerangka ragam hiasnya dibuat cecek (cecek pitu, cecek telu), serta dikombinasi dengan ornamen klowong dan tembokan. Berbeda dengan motif batik lain, motif batik nitik sangat rumit dan dibuat di kedua sisi kain. Menurut sejarahnya, batik nitik dulunya merupakan bentuk strategi memutus ketergantungan pada kain impor di zaman kolonial Belanda.<sup>45</sup>

Sejak tanggal 3 Maret 2020, Batik Tulis Nitik telah ditetapkan sebagai kekayaan intelektual komunal bersertifikat indikasi geografis oleh Gubernur DIY. Batik nitik merupakan satu-satunya batik yang telah memperoleh HKI sebagai indikasi geografis Yogyakarta lantaran keunikannya. Gubernur DIY juga menyatakan bahwa Batik Nitik adalah batik khas Yogyakarta yang termasuk tertua di lingkungan Keraton dan berkembang secara luas di masyarakat Yogyakarta.

Dengan memperoleh HKI, sebuah karya seni mendapatkan perlindungan hukum. Pemegang HKI juga akan memperoleh peluang untuk kesejahteraan finansial. Sebab ketika seseorang ingin menggunakan karya mereka untuk kepentingan komersial, maka orang tersebut harus membayarkan sejumlah kompensasi selaku royalti kepada pemilik aslinya.

Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (UU Hak Cipta) Pasal 40 Ayat (1) huruf j menyebutkan bahwa karya seni batik atau seni motif lain merupakan ciptaan yang dilindungi.

<sup>45</sup> Kabupaten Bantul, "Batik Nitik, Warisan Budaya TakBenda yang Unik dari Kabupaten Bantul" Apr. 27, 2023, <https://tinyurl.com/3j7m938m>

Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis (UU Merek dan IG) Pasal 1 angka 7 menyebutkan hak atas Indikasi Geografis adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemegang hak Indikasi Geografis yang terdaftar, selama reputasi, kualitas, dan karakteristik yang menjadi dasar diberikannya perlindungan atas Indikasi Geografis tersebut masih ada.

Selain Batik Nitik yang telah memperoleh HKI sebagai indikasi geografis Yogyakarta, Rumah Batik Komar juga tercatat sebagai salah satu usaha batik yang telah memiliki hak cipta di berbagai karya motif yang dihasilkan.

## 5.5 Dampak Sosial

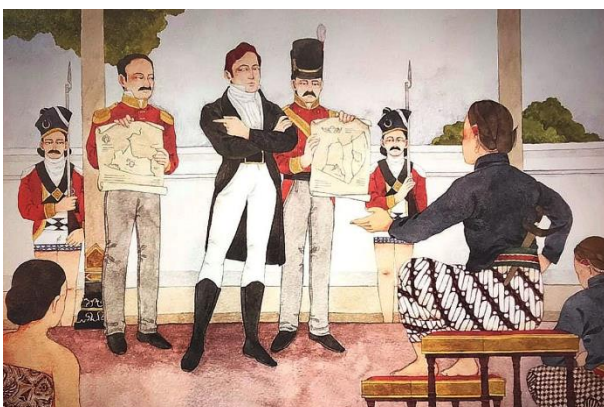
### Studi Kasus 2 – Kain Tradisional



Hasil FGD dan studi dokumen tentang kain tradisional batik menemukan beberapa dampak sosial sebagai berikut:

1. Pelestarian nilai sejarah dan budaya Bangsa Indonesia
2. Jalur Peradaban: Mode Lampau dan Identitas Modern
3. Simbol Status Sosial dan Afiliasi Budaya
4. Penguatan Nilai Bermasyarakat "Kohesi Sosial"
5. Media Doa (Ayat Kehidupan dalam Motif Kain Batik)
6. SROI

#### 5.5.1 Pelestarian Nilai Sejarah dan Budaya Bangsa Indonesia



Thomas Stamford Raffles dalam lukisan  
(Sumber: nationalgeographic.grid.id)

Thomas Stamford Raffles, Letnan Gubernur Inggris di Jawa (menjabat 1811 - 1816) memiliki ketertarikan terhadap batik. Selama bertugas di Jawa, ia menulis catatan yang dibukukan dengan judul *The History of Java*. Ia menulis tentang batik dan proses pembuatannya dengan detail.

Menurut Inger McCabe Elliott dalam *Batik: Fabled Cloth of Java*, sesudah Thomas Stamford Raffles disebut sebagai orang Eropa pertama yang menulis mengenai batik, pada 50 tahun setelah itu E. van Rijckevorsel melakukan penelitian dan mengumpulkan batik yang kemudian disumbangkan ke Museum Rotterdam.

Di tahun 1883, batik dipamerkan dalam sebuah pameran kolonial di Amsterdam. Pameran ini berjudul "Tenaga Kerja Wanita Kolonial (*Koloniale Frauenarbeit*), menurut Elliot.

Batik dianggap memenuhi tiga dari lima domain berdasarkan Konvensi Internasional Perlindungan Warisan Budaya Takbenda Manusia tahun 2003. Tiga poin tersebut di antaranya tradisi dan ekspresi lisan, kebiasaan sosial dan adat istiadat masyarakat, ritus dan perayaan-perayaan, serta kemahiran kerajinan tradisional.<sup>46</sup>

Memakai batik adalah simbol persatuan yang melampaui perbedaan sosial, baik kaya maupun miskin. Melalui peringatan Hari Batik misalnya, warisan budaya batik semakin diakui secara global, dan masyarakat Indonesia diharapkan untuk lebih percaya diri dalam mengenakan batik sebagai bagian dari upaya melestarikan warisan budaya Indonesia.<sup>47</sup>

### Motif Batik sebagai sarana *Story Telling* antar generasi



Kain Batik Besurek (Sumber: wikipedia.org)

#### Kain Batik Besurek

Kain Batik Besurek di Bengkulu diperkirakan muncul awal abad ke-16 yang dipengaruhi masuknya Islam. Tradisi ini ada sejak Kerajaan Jambi. Pengaruh Islam terhadap ragam hias tekstil terjejak pada batik khas Bengkulu ini. Motifnya biasanya hanya berupa huruf Arab gundul yang tak punya makna khusus – kecuali beberapa jenis kain, terutama untuk upacara adat.<sup>48</sup>



Batik Lasem (Sumber: beautynesia.id)

#### Batik Lasem

Batik Lasem pada mulanya dikenal sebagai “batik encim”, yaitu batik yang digunakan wanita Tionghoa lanjut usia. Corak, motif, dan ragam batik tulis Lasem turut dipengaruhi budaya asing, khususnya budaya Cina. Umumnya, pada batik Lasem dapat kita jumpai kombinasi motif khas Cina dan motif Jawa. Motif Cina yang dapat dilihat adalah berupa fauna (burung hong atau phoenix, kilin, liong atau naga, ikan mas, kelelawar, ayam hutan, dan sebagainya).

Kedua jenis batik ini menjadi contoh motif batik dapat digunakan sebagai sarana *story telling* antar generasi.

<sup>46</sup> Historia, “Batik dalam Catatan Thomas Stamford Raffles”, Okt. 2, 2023, <https://tinyurl.com/uepaeepz>

<sup>47</sup> Kemendikbudristek, “Menilik Sejarah Batik, Salah Satu Duta Budaya Indonesia”, Okt. 3, 2023, <https://tinyurl.com/yc9fudrn>

<sup>48</sup> Historia, “Jejak Islam di Batik Besurek”, Jun. 7, 2017, <https://tinyurl.com/ynfbzbb>

**Batik juga menjadi sarana untuk melestarikan tradisi dan nilai-nilai budaya yang telah diwariskan dari generasi ke generasi.**



Batik Betawi motif nusa kelapa  
(Sumber: dinaskebudayaan.jakarta.go.id)

#### **Batik Betawi motif nusa kelapa**

Batik Betawi motif nusa kelapa mengambil ide dari peta Ceila buatan Pangeran Panembong pada masa Prabu Siliwangi (1482-1521), yang menunjukkan nenek moyang orang Betawi menyebut kampung halaman mereka sebagai Nusa Kelapa.



Batik Betawi motif rasamala  
(Sumber: dinaskebudayaan.jakarta.go.id)

#### **Batik Betawi motif rasamala**

Batik Betawi motif rasamala menggambarkan alam Sunda Kelapa (nama lama Jakarta) yang masih hutan belantara dan ditumbuhi pepohonan rasamala, sebutan untuk pohon jati yang kulit kayunya wangi.



Batik Betawi motif Salakanegara  
(Sumber: dinaskebudayaan.jakarta.go.id)

#### **Batik Betawi motif Salakanegara**

Batik Betawi motif Salakanegara menggambarkan kerajaan pertama di Tanah Betawi yang didirikan Aki Tirem pada 130 M dan kepercayaan pada kekuatan Gunung Salak yang terletak di selatan Jakarta.<sup>49</sup>

<sup>49</sup> Indonesia Kaya, "Menelusuri Lenggak0Lenggok Batik Khas Betawi", <https://tinyurl.com/yr8b5sw>

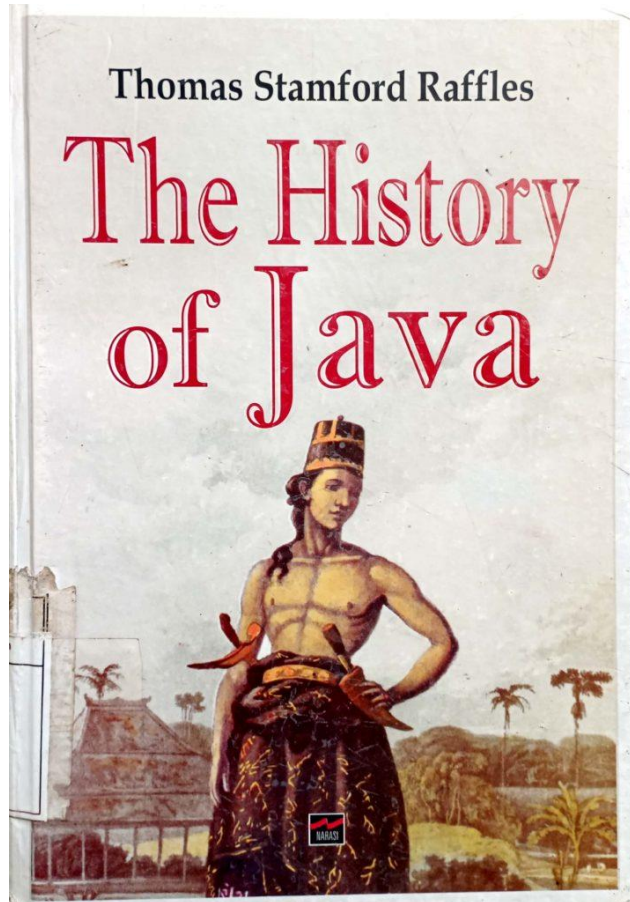
### 5.5.2 Jalur Peradaban



Seni membuat batik era kerajaan (Sumber: prestasikita.com)



Batik diakui menjadi warisan tak benda Indonesia (Sumber: topcareer.id)



Buku History of Java dari Thomas Stamford Raffles (Sumber: arpus.mageetan.go.id)

Seni batik telah dikenal sejak masa Kerajaan Majapahit pada abad ke-13. Pada masa itu batik berkembang hanya di lingkungan kerajaan saja. Kemudian pada abad ke-16, pada masa Kerajaan Mataram, motif batik pada zaman perkembangan kerajaan Islam berubah dimana motif hewan ditiadakan karena dianggap menyalahi syariat Islam. Hingga akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19 kesenian batik dikenal masyarakat luas di Indonesia terutama di Pulau Jawa.

Pada tahun 1817 Batik mulai dikenal di Eropa melalui catatan Thomas Stamford Raffles yang berjudul *The History of Java*. Pada abad ke-20 Indonesia mulai memproduksi batik namun semuanya menggunakan teknik batik tulis. Baru setelah perang dunia I Indonesia mengenal teknik batik cap di Ponorogo setelah dibawa oleh seorang keturunan Tionghoa bernama Kwee Seng dari Banyumas. Pada tanggal 2 November 2009 UNESCO meresmikan batik sebagai warisan budaya Indonesia hingga kini setiap tanggal 2 Oktober dikenal sebagai Hari Batik Nasional.

Hingga saat ini sejumlah desainer tanah air mengubah fungsi batik yang awalnya sebagai pakaian formal menjadi bagian kreasi mode. Uraian di atas menunjukkan batik melintasi zaman dan menjadi saksi perkembangan peradaban di Indonesia.

### 5.5.3 Simbol Status Sosial dan Afiliasi Budaya



Beragam motif batik (Sumber: lottemart.co.id)



Busana Batik yang dikenakan oleh Presiden  
(Sumber: periplus.com)

Lebih dari sekedar kain yang indah, batik juga memiliki makna yang mendalam, termasuk sebagai penanda status sosial di masa lalu. Ada bukti-bukti bahwa batik telah digunakan sejak zaman kerajaan-kerajaan kuno di Nusantara. Batik awalnya adalah seni yang digunakan oleh bangsawan dan keluarga kerajaan, dan kemudian menyebar ke kalangan masyarakat umum.

Pada masa lalu, batik sering digunakan untuk mengidentifikasi status sosial seseorang. Jenis batik, corak, dan warna yang digunakan dapat menunjukkan kedudukan seseorang dalam masyarakat.

Batik dengan motif dan warna-warna yang lebih eksklusif sering kali dipakai oleh kalangan bangsawan dan bangsawan, sementara batik sederhana menjadi pilihan masyarakat umum.

Batik juga sering digunakan dalam upacara dan ritual budaya. Misalnya, dalam pernikahan, batik dengan motif tertentu dapat menandakan peran tertentu dalam upacara tersebut.

Pakaian batik yang digunakan dalam upacara keagamaan juga sering kali memiliki motif khusus yang mencerminkan status sosial dan keyakinan.

Selain status sosial, batik juga dapat digunakan untuk menunjukkan status pekerjaan seseorang. Misalnya, batik dengan motif alat pertanian bisa menjadi pilihan petani, sementara motif nelayan mencerminkan pekerjaan nelayan.

Pada saat yang sama, keterampilan dan kreativitas dalam membuat batik juga dapat menjadi penanda status sosial. Batik yang dibuat dengan teknik yang lebih rumit dan motif yang lebih indah sering kali dihargai lebih tinggi dan dapat menjadi simbol keahlian seseorang.

Batik bukan sekedar kain, namun juga merupakan bagian penting dari warisan budaya Indonesia yang mengandung makna sosial di dalamnya. Pada masa lalu, batik digunakan sebagai penanda status sosial, status pekerjaan, bahkan keterampilan dan kreativitas individu.

Namun pada saat ini, hampir semua kalangan menggunakan batik. Batik digunakan berbagai kalangan, baik dalam berbagai kegiatan formal dan informal oleh semua kalangan masyarakat. Batik juga diminati anak muda milenial dengan menggunakannya secara kasual dalam berbagai kegiatan.

### 5.5.4 Penguatan Nilai Bermasyarakat “Kohesi Sosial”

Pemakaian batik oleh berbagai kalangan masyarakat mencerminkan solidaritas dan kebersamaan dalam keanekaragaman.

Pada zaman pergerakan, batik digunakan sebagai seragam oleh pelajar di *School tot Opleiding van Indische Artsen* (STOVIA).<sup>50</sup>

Pada masa kini batik Korps Pegawai Republik Indonesia (Korpri) sebagai seragam memberikan kesan kesetaraan di antara pegawai pemerintah. Hal ini menciptakan atmosfer kerja yang lebih kooperatif dan memperkuat semangat tim dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat.<sup>51</sup>

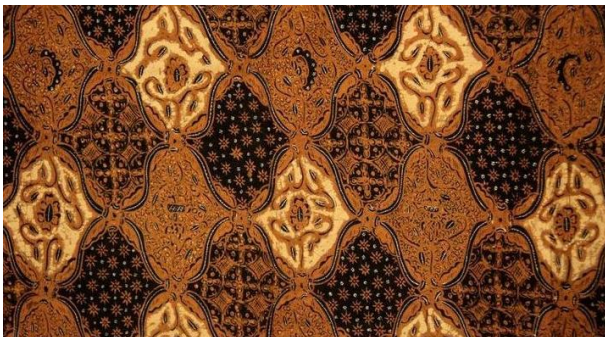


Seragam Batik pelajar STOVIA (Sumber: wikipedia.org)



Batik Korpri (Sumber: jatiminstitute.com)

### Pemakaian batik sesuai motif dan warna sesuai dengan acara formal dan kasual



Batik Sidomukti (Sumber: motifbatik.web.id)

#### Batik Sidomukti

Batik Sidomukti memiliki makna mendalam bagi masyarakat Jawa, sehingga umumnya masyarakat Jawa menggunakan motif batik Sidomukti pada upacara pernikahan yaitu prosesi Ijab Kabul. Motif ini menyiratkan “Harapan masa depan yang baik, penuh kebahagiaan yang kekal untuk kedua mempelai.”<sup>52</sup>

Menurut desainer Didiet Maulana, penggunaan batik dalam acara formal dengan memilih batik yang lebih elegan dan pemilihan warna yang lebih *bold* atau lebih gelap.

Penggunaan batik dalam acara kasual dapat menggunakan batik dengan bahan yang ringan. Pemilihan warna-warna cerah yang didominasi putih sebagai dasar. Batik dengan corak dan bernuansa *colorful* ideal dikenakan untuk acara informal.<sup>53</sup>

<sup>50</sup> Kompas, “Sejarah Batik di Indonesia, Dulu Jadi Seragam Pelajar STOVIA”, Okt. 2, 2023, <https://tinyurl.com/mrsyj43x>

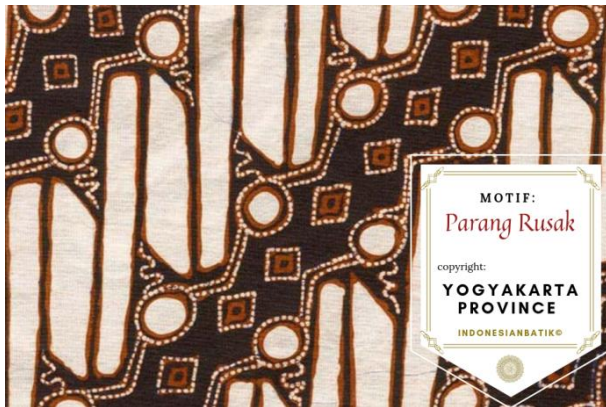
<sup>51</sup> Kompas, “Mengenal Baju Korpri, Muncul pada Era Orde Baru dan Jadi Seragam Identitas ASN”, Nov. 29, 2023, <https://tinyurl.com/333r44fc>

<sup>52</sup> Anggraini, D.Y. Et. al., “Makna Simbolis Batik Sidomukti pada Busana Pengantin Jawa dalam Prosesi Ijab Kabul di Surakarta”, *Texture art & culture journal* Vol. 3, 2021, <https://tinyurl.com/2zsbwvs5>

<sup>53</sup> Kompas, “Padu-pada Batik untuk Acara Formal dan Kasual ala Didiet Maulana”, Okt. 5, 2023, <https://tinyurl.com/4vfk73dn>

### 5.5.5 Media Doa (Ayat Kehidupan dalam Motif Kain Batik)

Batik memiliki dimensi spiritual yang mendalam sebagai pembawa pesan spiritual dan doa yang menghubungkan manusia dengan alam, leluhur, dan Tuhan.



**Makna:** manusia di dalam hidupnya dapat mengendalikan nafsunya, sehingga mempunyai watak dan perilaku yang luhur.

Parang Rusak (Sumber: iwarebatik.org)



**Motif Burung -** Simbol keindahan, kebebasan, dan spiritualitas.

Motif Burung (Sumber: batikprabuseno.com)

Batik sering kali dianggap sebagai warisan leluhur yang sakral. Banyak keluarga di Indonesia yang mewariskan batik tertentu dari generasi ke generasi, dengan keyakinan bahwa kain tersebut membawa doa dan restu dari leluhur mereka.

### 5.5.6 SROI

Studi Kasus pada pengrajin Batik Lasem Rembang (UKM skala menengah), setiap Rp 1,- investasi yang dikeluarkan menghasilkan rasio SROI sebesar 1: 8,28\*.<sup>54</sup>

\*Catatan: perhitungan SROI ini menggunakan beberapa asumsi dasar dan tanpa memasukkan hitungan NPV (5 tahun) yang didapatkan pada saat FGD dengan pengelola Batik Lasem. Perlu dilakukan riset lanjutan untuk mendapatkan nilai SROI yang lebih akurat.

Studi Kasus program CSR yang dilaksanakan oleh PT. Bukit Asam, Tbk kepada pengrajin Batik Kujur Yogyakarta menghasilkan rasio SROI sebesar 1:5,39.<sup>55</sup>

Kategori	Investasi Sosial
Biaya operasional pelatihan batik/tahun	Rp 120.000.000
Biaya operasional <i>workshop</i> /tahun	Rp 54.000.000
Biaya pendaftaran hak cipta	Rp 5.000
<b>Total Investasi Sosial</b>	<b>Rp 174.500.000</b>

<sup>54</sup> FGD, Jalan Kebudayaan: Dampak ekonomi, sosial & lingkungan (2024), Aza (2019), batikkomar.com (2024)

<sup>55</sup> Santoso, dkk. (2021)

Kategori	Dampak Sosial
Pelestarian Batik (IPR Batik), 15 persen royalti dari omzet	Rp 375.000.000
Pendapatan <i>workshop</i> keterampilan membatik	Rp 348.000.000
Pendapatan pengrajin batik Lasem, UMR lasem dengan menyerap tenaga kerja 30 pengrajin	Rp 720.000.000
<b>Dampak Sosial dari Investasi</b>	<b>Rp 1.443.000.000</b>

## 5.6 Dampak Lingkungan

### Studi Kasus 2 – Kain Tradisional



Hasil FGD dan studi dokumen menemukan beberapa dampak lingkungan sebagai berikut:

1. Menjaga Alam dengan Proses Pewarnaan Alami
2. Sarana Implementasi Inisiatif Hijau di Lingkungan Kawasan Sentra Batik (Listrik, Air, Limbah)
3. Media Memperkenalkan *Sustainable Fashion*

#### 5.6.1 Menjaga Alam dengan Proses Pewarnaan Alami

Batik menggunakan teknologi dan bahan alami akan lebih ramah lingkungan dengan cara yang tepat. Hal ini tetap menjaga kualitas batik yang tidak mudah pudar.

Terdapat 34 spesies tumbuhan yang dapat digunakan sebagai bahan pewarna batik. Tanaman yang sering digunakan antara lain jolawe (*elaecarpus folium*), mangga (*manceera indica*), tegeran ( *cudrania javanensis*), tingi (*ceriops tagal*), jati (*tectona Grandis*), secang (*caesalpinia sappan Flem*), mengkudu (*morinda citrifolia*), kelapa (*cocos nucifera*), durian (*durio zibethinus L*), bakau (*rhizophora mucronata*), manggis (*garcinia mangostana*) dan lain-lain.

#### Pewarnaan Batik dengan limbah Kopi dan Teh

Di Sanggar Abhirama Batik Penawangan, Tawangsari, Wonosobo, Jawa Tengah, perajin melakukan proses pewarnaan kain saat pembuatan batik dengan pewarna dari limbah kopi dan teh. Menurut perajin, pemanfaatan limbah atau ampas kopi dan ampas teh sebagai pewarna batik alami karena warnanya unik dan ramah lingkungan. Proses pembuatan batik tulis dengan pewarna alami memerlukan ketelatenan ekstra karena melibatkan banyak tahapan pencelupan.<sup>56</sup>

<sup>56</sup> Espos, "Perajin Batik di Wonosobo Manfaatkan Limbah Kopi dan Teh Jadi Pewarna Alami", Mei 6, 2024, <https://tinyurl.com/sr68ffwt>

### Mengurangi jejak karbon

Studi Kasus pada usaha batik skala menengah Green textile (menggunakan pewarna alami) bisa mengurangi biaya operasional hingga 35 persen.

Studi kasus pada Batik Trusmi pada tahun 2019 menunjukkan data produksi di tahun tersebut sebesar 3.963.196 unit = 3,9 ton.

Jika asumsi 1 kain = 1 kg, maka emisi karbon yang dihasilkan sebesar 0,78 ton CO<sub>2</sub>/ton kain\*

\*Catatan: 1 ton kain menghasilkan 0,2186 ton CO<sub>2</sub>/ton kain.

Penanaman *Rhizopora Mucronata* untuk pewarna batik ramah lingkungan dapat mengurangi jejak karbon. Jika asumsi 1 pohon menghasilkan 50 kg buah/tahun, dengan luas tanam 2.935 ha (50 persen menghasilkan, total 75.000 ton buah sebagai bahan baku pewarna (setara menanam 1.500 pohon), maka serapan jejak karbon oleh tanaman pewarna alami ini sebesar **55,7 ton/ha**.

### 5.6.2 Sarana Implementasi Inisiatif Hijau di lingkungan kawasan Wisata Batik (Listrik, Air, Limbah)

Pencemaran air di Jawa Tengah sebagian disebabkan oleh pencemaran limbah industri. Kota Pekalongan sebagai salah satu penghasil batik di Indonesia mengalami pencemaran sungai yang cukup parah. Meningkatnya permintaan produksi batik dari masyarakat mendorong pengusaha industri batik di kota Pekalongan untuk meningkatkan produksinya. Banyaknya permintaan produksi batik berarti semakin banyak pula limbah yang dihasilkan. Hal ini menimbulkan permasalahan yang kompleks bagi lingkungan sekitar. Limbah dari hasil produksi batik menimbulkan pencemaran tanah dan sungai. Sungai merupakan salah satu bentuk sumber daya alam yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena sungai merupakan salah satu sumber air yang dibutuhkan bagi kehidupan manusia. Pencemaran sungai yang terjadi mengancam kelangsungan hidup manusia.<sup>57</sup>

Sebagai upaya strategi penanganan limbah industri batik di kota Pekalongan dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pengelolaan limbah batik
2. Mengoptimalkan APBD dari pemerintah untuk melakukan pengelolaan terhadap limbah batik yang berbahaya akibat pewarna sintetis
3. Melibatkan ormas peduli lingkungan
4. Menjadikan kerja sama politik antara anggota dewan dan wali kota yang diwujudkan dalam bentuk PERDA tentang pengelolaan limbah batik

Kota Solo merupakan salah satu kota penghasil batik yang terkenal di Jawa Tengah. Salah satu sentra UKM penghasil batik di kota Solo adalah Kampung Batik Laweyan. Batik mempunyai berbagai jenis, seperti batik cap, batik tulis, batik *printing*, dan sebagainya. Seiring dengan perkembangan zaman batik dituntut dapat bersaing dengan produk lain. Produk batik harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk pesaing. Saat ini Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan (FPKBL) yang merupakan organisasi yang memiliki perhatian pada pengembangan usaha batik, berencana menjadikan batik Laweyan sebagai pelopor *green-eco* batik.



Kampung Batik Laweyan (Sumber: solo.co.id)

<sup>57</sup> Mahfudloh, Lestari, H., "Strategi Penanganan Limbah Industri Batik di Kota Pekalongan", *Journal of Public Policy and Management Review*, Vol. 6, 2017, <https://tinyurl.com/b8rxdf3j>

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam penerapan *green-eco* batik adalah penggunaan energi dalam proses produksi batik. Tingkat penggunaan energi dalam proses produksi akan memberikan dampak yang signifikan terhadap lingkungan. Oleh karena itu, pengelolaan energi baik dari sisi *supply* maupun dari sisi *demand* perlu diperhatikan dengan seksama. Dari sisi *demand*, perusahaan perlu melakukan konservasi energi dalam proses produksinya.

Upaya untuk konservasi energi antara lain dapat dilakukan dengan penghematan konsumsi energi. Hal ini juga selaras dengan target pemerintah Indonesia untuk meningkatkan mitigasi gas rumah kaca dan mewujudkan *sustainable development goal* (SDG), serta mewujudkan ketahanan energi nasional dengan mengembangkan konsep industri hijau (*green industry*). Industri hijau adalah industri yang dalam proses produksinya mengutamakan upaya efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya secara berkelanjutan. Peningkatan produktivitas perusahaan dapat dicapai dengan peningkatan efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya.<sup>58</sup>

Kampung Batik Laweyan menggunakan Metode MCDM – PROMETHEE dalam proses produksi batik. Untuk penghematan listrik, diusulkan pembuatan prosedur operasional penggunaan listrik dan memberikan tanda-tanda penggunaan listrik. Untuk penghematan air dilakukan dengan pembuatan tanda-tanda penggunaan air. Untuk penghematan gas elpiji dan kayu bakar disarankan dengan melakukan modifikasi pada penutup tungku.

### **Limbah canting**

Canting cap batik adalah alat utama yang digunakan dalam proses pembuatan batik cap. Biasanya terbuat dari bahan tembaga. Namun, harga plat tembaga sangat mahal dan ada keterbatasan bahan tembaga saat ini. Pada saat yang sama, ada banyak kaleng yang terbuang, menjadi masalah pencemaran lingkungan.

Alternatif pembuatan Canting Cap dari tembaga yang terbatas, dapat dibuat menggunakan kaleng bekas. Melalui inovasi tersebut, maka canting cap dari kaleng bekas ini dapat memanfaatkan limbah yang tidak terpakai atau terbuang serta menekan biaya produksi lebih murah.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Djunaidi, M., Setyaningsih, "Pemilihan Alternatif Penghematan Energi Pada Proses Produksi Batik Cap Dengan Menggunakan Metode MCDM-Promethee", *Spektrum Industri* Vol. 15, 2017, <https://tinyurl.com/3u7j8zck>

<sup>59</sup> Pusat Informasi Invoasi Daerah Provinsi Jawa Tengah, "Invoasi antik (Canting Cap Batik) dari Kaleng Bekas", <https://tinyurl.com/2p95thtv>

### 5.6.3 Media Memperkenalkan “Sustainable Fashion”



Fabric : 100% Handwoven Mercerised Cotton  
Color : Dark brown color combined soft brown  
Process :Batik Tulis Full  
Taburan daun kopi dan biji kopi disepanjang kain dipercantik kuasan warna soft brown

Koleksi KaIND (Kain Ting Cecer)



Fabric : 100% Handwoven Mercerised Cotton  
Color : Dark brown color combined dark blue  
Process : Batik Tulis Full  
Taburan bunga nilam dipercantik dengan aksen cipratan coklat dan biru disepanjang kain

Kain Mundak Arum New

Batik juga dapat menjadi media untuk memperkenalkan “Sustainable Fashion.” Contohnya KaIND yang memperkenalkan batik ramah lingkungan. KaIND (Kain Indonesia) adalah merek lokal Indonesia yang dimulai pada akhir tahun 2014 dengan visi untuk mempersembahkan tampilan baru dari Batik Pasuruan sebagai salah satu warisan budaya Indonesia. Berasal dari Pasuruan, Melie Indarto menciptakan KaIND dengan kreativitas yang canggih dan tim yang terpercaya untuk meningkatkan standar industri tekstil dengan mengembangkan keterampilan komunitas lokal dalam teknik tenun tangan, batik gambar tangan, dan pewarna alami. Brand KaIND merupakan salah satu Indonesia *Sustainable Fashion Brand*.

Selain itu saat ini semakin didorong untuk proses pembuatan batik yang ramah lingkungan. Contohnya Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) di Yogyakarta telah menyelenggarakan pelatihan kepada perajin yang tergabung dalam Asosiasi Perajin Batik Jawa Timur (APBJ) di 38 kabupaten dan kota. Salah satu fokus materi pelatihan yang diberikan saat itu adalah tentang proses pembuatan batik yang ramah lingkungan. Tujuannya untuk menciptakan efisiensi pemakaian bahan baku, energi, dan hemat air, sehingga limbah yang dihasilkan lebih sedikit. Hal ini sesuai dengan implementasi prinsip industri hijau yang dapat mendukung konsep ekonomi secara berkelanjutan.<sup>60</sup>

Di Garut dilakukan proses daur ulang limbah kain batik. Proses daur ulang limbah khususnya kain perca batik dapat berdampak positif bagi industri kreatif, yaitu membawa nilai lokal yang menjadi ciri khas sebuah produk.

Peningkatan jumlah produksi Batik Garutan dapat menjadi peluang besar untuk dapat dijadikan produk kreatif alternatif lain yang mereduksi jumlah limbah yang berdampak buruk kepada lingkungan. (Pemanfaatan Limbah Kain Batik Untuk Pengembangan Produk Aksesoris Fashion).<sup>61</sup>

<sup>60</sup> Citarum Harum Juara, “Batik Ramah Lingkungan”, Okt. 2, <https://tinyurl.com/2bxazcvv>

<sup>61</sup> Wisesa, T.P., Nugraha, H., “Pemanfaatan Limbah Kain Batik Untuk Pengembangan Produk Aksesoris”, *Journal of Pembangunan Jaya University* Vol. 2, 2015, <https://tinyurl.com/5h42vrwv>

Batik Organik

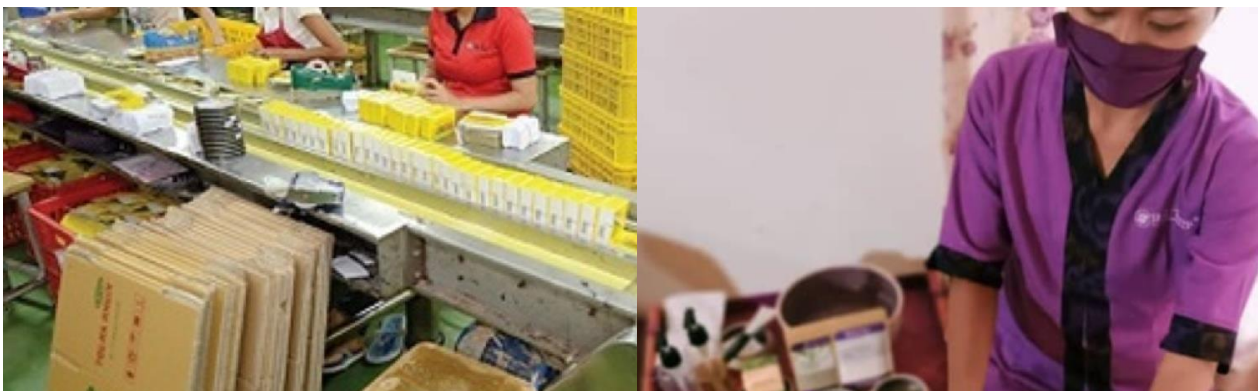


Instagram Batik Organik

Contoh lain salah satu Indonesia *Sustainable Fashion Brand* adalah Brand batik organik by Artsy Batik. Dengan konsep batik kekinian dan eco living, dalam arti secara tidak langsung konsumen dapat merasa berdampingan langsung dengan alam saat mengenakan produk dari Batik Organik. Batik ini:

- Bermotif artistik Indonesia (senjata tradisional, flora dan fauna endemik)
- Berbahan serat organik
- Menawarkan berbagai macam pakaian seperti kemeja, blouse, dan masih banyak lagi dengan motif batik dan warna yang bervariasi

5.7 Dampak Ekonomi  
Studi Kasus 3 – Jamu, Spa, dan Kebugaran



Jamu telah menjadi salah satu unsur budaya bangsa Indonesia. Secara tradisional, jamu digunakan sebagai pengobatan dalam bentuk ekstrak atau sari ramuan yang dimanfaatkan untuk mengobati penyakit umum dan meningkatkan sistem kekebalan tubuh untuk mencegah penyakit.

Sejak tahun 2018, budaya kesehatan Jamu yang dipraktikkan di seluruh Indonesia secara resmi diakui oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia sebagai bagian integral dari Warisan Budaya Tak Benda Nasional Indonesia. Pada tahun 2023, Jamu juga resmi diakui oleh Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNESCO) sebagai bagian dari Warisan Budaya Takbenda (WBTb) Dunia asli Indonesia. Torehan ini pun menempatkan budaya sehat jamu (*Jamu Wellness Culture*) sebagai WBTb ke-13 dari Indonesia.

Seiring dengan peningkatan kesadaran akan kesehatan masyarakat, hal ini juga membuka peluang besar bagi berkembangnya industri *wellness* yang mencakup makanan sehat, suplemen kesehatan, perawatan pribadi dan kecantikan, olahraga, kebugaran, hingga wisata.

Kekayaan keanekaragaman hayati di Indonesia menjadi modal awal dalam pengembangan industri *wellness*, ditambah dengan budaya sehat jamu (*Jamu Wellness Culture*) yang harus dijadikan momentum pelestarian sebagai gaya hidup sehat masyarakat modern.<sup>62</sup>

### Potensi Pendapatan

Secara keseluruhan, industri jamu, spa, dan *wellness* mempunyai potensi pendapatan yang besar, antara lain dari:

1. Penjualan Produk Jamu dan Herbal
2. Pendapatan Petani, Pengrajin industri Jamu dan Spa
3. Pendapatan industri spa
4. Lembaga Pelatihan tenaga kerja terapis spa
5. Pendapatan *wellness tourism*

Hasil FGD dan studi dokumen menemukan potensi ekonomi per tahun untuk jamu, spa, dan *wellness* terdiri dari: penjualan produk jamu dan herbal (potensi Rp 5 miliar – Rp 2 triliun per usaha), pendapatan petani, pengrajin industri Jamu dan Spa (potensi Rp 2,5 – Rp 10 juta per petani/pengrajin), pendapatan industri spa (potensi secara nasional Rp 23,7 triliun), lembaga pelatihan tenaga kerja terapis spa (potensi Rp 10 juta – Rp 2 miliar per lembaga), dan pendapatan *wellness tourism* (potensi secara nasional Rp 35 triliun).

### 5.7.1 Penjualan Produk Jamu dan Herbal

Jamu telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia berabad-abad lamanya. Beberapa sejarawan meyakini bahwa Jamu pertama kali menjadi bagian dari masyarakat Indonesia di masa Kerajaan Mataram (abad ke-16).

Beberapa tahun terakhir, perkembangan industri jamu sangatlah menggairahkan. Berdasarkan data statistik yang diolah oleh Kementerian Perdagangan, ekspor jamu ke luar negeri mengalami kenaikan di masa pandemi COVID-19. Total ekspor jamu Indonesia pada tahun 2021 mencapai US\$41,5 juta setara Rp 643,23 miliar (asumsi kurs Rp 15.500/US\$). Perolehan tersebut naik sekitar 10 persen dari tahun 2019.<sup>63</sup>

Sidomuncul, salah satu produsen jamu terbesar di Indonesia, mencatatkan penjualan mencapai Rp 3,57 triliun pada tahun 2023. Perusahaan ini menawarkan lebih dari 300 jenis produk dan memiliki jaringan distribusi yang mencakup 109 lokasi di seluruh Indonesia, serta melakukan ekspor ke luar negeri. Perusahaan yang berkantor pusat di Semarang ini juga menyerap lebih dari 4.000 karyawan.<sup>64</sup>



Pabrik PT. Sido Muncul

<sup>62</sup> Info Publik, "WELLFEST 2024: Momentum Pengembangan Industri Wellness di Indonesia", Agu. 2, 2024, <https://tinyurl.com/5emckcr3>

<sup>63</sup> Tirto.id, "Merbaknya Bisnis Jamu hingga Jadi Warisan Budaya UNESCO", Des. 28, 2023, <https://tinyurl.com/yxc88vms>

<sup>64</sup> Sido Muncul, "Mengenal Sido muncul", <https://tinyurl.com/4z942pac>

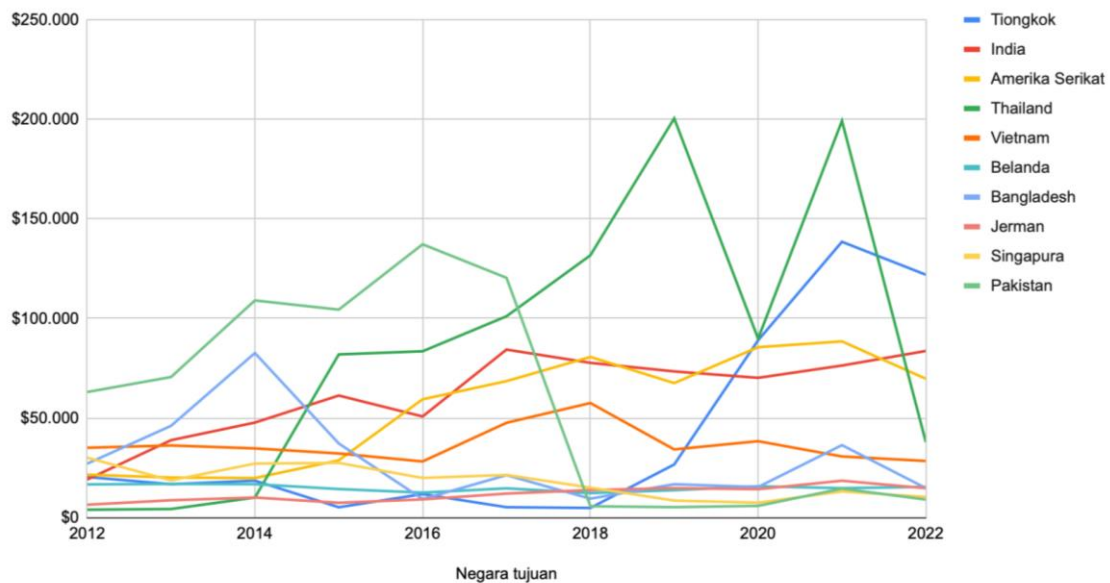
**Proyeksi Pertumbuhan (2023-2033)**

<b>Proyeksi pertumbuhan (2023 - 2033)</b>	3,5 persen/tahun ( <i>Future Market Insight</i> )
<b>Nilai pasar obat herbal termasuk (2023 - 2033)</b>	US\$23,6 miliar ( <i>Future Market Insight</i> )
<b>Serapan tenaga kerja (2017)</b>	15 Juta Tenaga Kerja
<b>Jumlah industri Jamu (2017)</b>	986 Industri Jamu (102 Industri Obat tradisional)

Data Kementerian Perindustrian menyebutkan bahwa industri jamu merupakan salah satu sektor strategis dan potensial, mengingat perannya mampu memberikan kontribusi yang cukup signifikan bagi perekonomian di Indonesia baik itu dalam penyerapan tenaga kerja maupun peningkatan nilai tambah. Saat ini terdapat 986 industri jamu yang terdiri dari 102 Industri Obat Tradisional (IOT) dan selebihnya termasuk Usaha Kecil Obat Tradisional (UKOT) yang tersebar di wilayah Indonesia terutama di Pulau Jawa.

Berdasarkan data pada tahun 2017 industri obat tradisional mampu menyerap lebih dari 15 juta tenaga kerja, tiga juta di antaranya terserap di industri jamu yang berfungsi sebagai obat, dan 12 juta lainnya terserap di industri jamu yang telah berkembang ke arah makanan, minuman, kosmetik, spa, dan aroma terapi.<sup>65</sup>

**Ekspor Tanaman Obat, Aromatik, dan Rempah-rempah menurut Negara Tujuan Utama 2012-2022**



Sumber: BPS Indonesia (2022)<sup>66</sup>

Grafik di atas menunjukkan adanya peningkatan dari tahun ke tahun. Konsistensi dan peningkatan nilai ekspor di banyak negara menunjukkan bahwa industri jamu memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, meningkatkan pendapatan dan memperluas pasar internasional. Selain itu dapat juga dilihat adanya peningkatan ekspor ke negara-negara Asia seperti India, Tiongkok, dan Thailand, menunjukkan pentingnya pasar Asia bagi industri jamu Indonesia.

<sup>65</sup> Kementerian Perindustrian, "Industri Kosmetik dan Jamu Mampu Serap 15 Juta Tenaga Kerja – Dunia Usaha", Agu. 3, 2017, <https://tinyurl.com/549r9d75>

<sup>66</sup> Badan Pusat Statistik Indonesia, "Ekspor Tanaman Obat, Aromatik, dan Rempah-Rempah menurut Negara Tujuan Utama, 2012-2023", Agu. 12, 2024, <https://tinyurl.com/3mbt94w2>

### 5.7.2 Pendapatan Petani, Pengrajin industri Jamu dan Spa

Jamu merupakan salah satu bentuk olahan yang dibuat dari bahan-bahan alami, berupa bagian dari tumbuhan seperti rimpang (akar-akar), daun-daunan, kulit batang, dan buah. Penggunaan jamu di Indonesia didukung oleh potensi alam negeri ini yang kaya akan keanekaragaman tanaman obat. Pesatnya pertumbuhan industri jamu juga akan menguntungkan para petani yang memproduksi tanaman-tanaman untuk membuat jamu.

Salah satu contohnya adalah kelompok Tani Prima Mandiri di Kabupaten Timor Tengah Utara, Nusa Tenggara Timur (NTT). Jenis jamu yang diproduksi di kelompok Tani Prima Mandiri meliputi jamu temulawak, Jamu mengkudu, jamu kunyit putih, jamu jahe dan jamu sirsak. Data tahun 2016 menunjukkan bahwa anggota Kelompok Tani Prima Mandiri mendapatkan keuntungan sebesar Rp 2.333.682 dengan memproduksi jamu sebanyak 4x dalam 1 bulan.<sup>67</sup>

Bila dibandingkan dengan Upah Minimum Regional (UMR) di Timor Tengah NTT tahun 2016 adalah Rp 1.425.000<sup>68</sup>, maka pendapatan dari industri jamu bisa memberikan pendapatan 1,64x lebih tinggi dari UMR.

Selain terkait erat dengan sektor pertanian, industri obat tradisional di Indonesia juga bersifat padat karya dan didominasi oleh pelaku UMKM yaitu sebesar 87,2 persen.<sup>69</sup>

### 5.7.3 Pendapatan Industri Spa

Setelah mengalami penurunan pada 2020, industri *wellness tourism*s tumbuh secara signifikan pada tahun-tahun berikutnya. Menurut *Global Wellness Institute*, kategori spa dalam *Wellness Economy* menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 22 persen antara 2020 hingga 2022, yang secara signifikan di atas rata-rata pertumbuhan dari semua sektor *Wellness Economy* yaitu 12,1 persen. Hal itu menunjukkan pemulihan yang baik dan peningkatan minat masyarakat dunia akan spa.<sup>70</sup>

Pada tahun 2022, Indonesia menduduki peringkat ke-16 di dunia dalam pendapatan industri spa, dengan total pendapatan sekitar Rp 23,7 triliun.<sup>71</sup> Tabel di bawah menunjukkan tarif spa yang diberlakukan di beberapa lokasi yang menyediakan jasa tersebut.

Tarif spa di beberapa lokasi

Tempat	Tarif
Taman Air Spa (Bali)	Rp 200.000 – Rp 1.250.000
Executive Bali Massage & Spa (Bali)	Rp 400.000 – Rp 950.000
Martha Tilaar Salon Day Spa Jatiwaringin (Jakarta)	Rp 350.000 – Rp 645.000
Zengarden (Medan)	Rp 220.000 – Rp 370.000
Zen Family Spa & Reflexology (Makassar)	Rp150.000 - Rp600.000
Berseri Spa (Surabaya)	Rp 195.000 – Rp 350.000

Sumber: traveloka.com (2024), zengarden.co.id (2024)

<sup>67</sup> Sako, M. E., & Hutapea, A. N., "Analisis Pendapatan usaha industri jamu di kelompok tani prima mandiri desa usapinonot", *AGRIMOR*, Vol. 1, 2016, <https://tinyurl.com/3tkvynpz>

<sup>68</sup> Badan Pusat Statistik NTT, "Upah Minimum Regional (UMR) Sebulan Menurut Kabupaten/Kota (Rupiah), 2016-2018", Mei 17, 2024, <https://tinyurl.com/yxujb93e>

<sup>69</sup> Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, "Konsumsi Jamu Meningkat, Pemerintah Berdayakan UMKM dengan Pendekatan Klaster Obat Tradisional", Sep. 8, 2020, <https://tinyurl.com/5yexev3d>

<sup>70</sup> Media Indonesia "Spa Mengalami Pertumbuhan Tertinggi di Antara Industri Wellness Tourism Lainnya", Jul. 5, 2024, <https://tinyurl.com/2svav46e>

<sup>71</sup> Statista, "Countries with the highest spa industri revenue worldwide in 2022", Nov. 2023, <https://tinyurl.com/2kxb6xfn>

### 5.7.4 Lembaga Pelatihan Tenaga Kerja Terapis Spa

Pertumbuhan pesat industri *wellness* secara umum dan spa secara khusus juga melahirkan kebutuhan akan tenaga-tenaga terampil. Salah satunya adalah tenaga terapis spa. Program-program pelatihan untuk terapis spa yang bermunculan juga menjadi salah satu dampak ekonomi dari pertumbuhan budaya jamu, spa, dan *wellness* (kebugaran).

#### Beberapa Lembaga Pelatihan Tenaga Kerja Terapis Spa

No.	Lembaga	Nama Program	Harga
1	Putri Kedaton	Pelatihan SPA reguler	Rp 3.000.000/ 3 hari
		Paket Uji Kompetensi Negara Level II (Junior Spa Terapis)	Rp 6.500.000/6 hari
2	Eka Widya College	Pelatihan SPA Therapist	2 (dua) s.d. 3 (tiga) bulan, Rp. 5.000.000,
3	Puspita Martha International Beauty School	Beauty Aesthetic and Spa Cidesco	Rp 80,000,000/ 6 bulan
4	BSSA (Bali Saraswati Spa Academy)	Pelatihan spa terapis	Rp 3 juta – Rp 5 juta
5	SPB Training Centre	Pelatihan spa terapis keluar negeri	Rp 2,5 – Rp 3,5 juta

Sumber: putrikedaton.com (2024), ekawidyacollege.com (2024), danacita.co.id (2024), FGD Jalan Kebudayaan: Dampak ekonomi, sosial & lingkungan pengelola pelatihan spa Bali (2024)

Terapis spa umumnya memberikan perawatan relaksasi dan perawatan tubuh seperti pijat, perawatan wajah, perawatan tubuh, dan perawatan kuku. Apabila sudah terampil tenaga kerja ini banyak dicari, dan harganya semakin meningkat, apalagi di luar negeri. Tabel di bawah memberi gambaran gaji terapis spa di Selandia Baru dan di Polandia.

#### Contoh pendapatan terapis spa di luar negeri

Pendapatan/Gaji per bulan	
Rp 27 Juta/bulan Selandia Baru	Rp 5-10 Juta/bulan Polandia

### 5.7.5 Pendapatan *wellness tourism*

Menurut data *Global Wellness Institute*, nilai ekonomi Wisata Kebugaran (*wellness tourism*) Indonesia tumbuh dari US\$35 miliar pada tahun 2017 menjadi US\$36,4 miliar pada tahun 2020. Indonesia merupakan negara dengan peringkat ke-19 dari 218 negara dunia yang diukur dan peringkat ke-7 dari 46 negara Asia Pasifik.<sup>72</sup>

*Global Wellness Institute* mendefinisikan *wellness tourism* sebagai perjalanan yang terkait dengan tujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan seseorang. Konsep *wellness tourism* adalah mengutamakan kesehatan dan kebugaran tubuh. Dengan menyediakan fasilitas yang mendukung *wellness* pengunjung, banyak pelaku usaha di industri pariwisata telah menyadari perkembangan tren *wellness tourism* ini.

<sup>72</sup> Global Wellness Institute, "Indonesia Wellness Economy Data by Sector", Feb. 15, 2023, <https://tinyurl.com/266w4asf>

Perkembangan tren *wellness tourism* juga menyumbang pada kenaikan pendapatan tempat wisata yang mengusung konsep *wellness tourism*. Salah satu contohnya adalah Pemandian Air Panas Cikundul, Jawa Barat, yang berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar Rp 220 juta per tahun. Pada tahun 2024 pemerintah daerah melakukan revitalisasi dengan anggaran Rp 2,2 miliar dengan proyeksi peningkatan pendapatan PAD sebesar 300 persen.<sup>73</sup>

## 5.8 Dampak Sosial

### Studi Kasus 3 – Jamu, Spa, dan Kebugaran



Hasil FGD dan studi dokumen tentang jamu, spa, dan *wellness* menemukan beberapa dampak sosial sebagai berikut:

*Wellness lifestyle* sebagai kearifan lokal

1. Penguatan Hubungan Sosial dengan komunitas pasar tradisional
2. Pengetahuan masa lampau sebagai *local wisdom*
3. Penyebaran kesadaran "Preventif" Kesehatan Fisik dan Mental
4. Sarana Pendidikan dan Pengetahuan Anak Usia Dini
5. Kesempatan Kerja untuk Pekerja Disabilitas, Perempuan, dan Sektor Informal
6. SROI rasio 1:5

#### 5.8.1 Pengaruh Gaya Hidup Sehat "*Wellness Lifestyle*"

Pada 2 Agustus 2024 Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf/Kabaparekraf) Sandiaga Salahuddin Uno membuka secara resmi "Wellfest 2024" sebagai salah satu festival *wellness* terbesar di tanah air yang mengusung tema "*natural and beauty*" dengan dukungan penuh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Indonesia.

Menparekraf mengharapkan penyelenggaraan "Wellfest 2024" mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia terutama *wellness tourism*. Wellfest 2024 juga diharapkan dapat mendorong gaya hidup sehat dan bugar bagi masyarakat juga wisatawan.<sup>74</sup>



Wellfest 2024 (Sumber: kemenparekraf.go.id)

<sup>73</sup> Detik News, "Pemandian Cikundul Mau Bersolek, Sedot Anggaran RP 2,2 M" Jun. 6, 2024, <https://tinyurl.com/47tznxux>

<sup>74</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, "Siaran Pers: Menparekraf: "Wellfest 2024" Perkuat Indonesia Sebagai Global Wellness Tourism Destination", Agu. 2, 2024, <https://tinyurl.com/mwrbk36m>

Saat ini, Indonesia memiliki kekuatan dalam wellness tourism seperti spa dan relaksasi, makanan sehat, aktivitas alam, meditasi, *workshop* di alam terbuka, dan aktivitas spiritual seperti yoga dan wisata budaya. Ini bisa dilakukan di kota-kota yang memiliki infrastruktur yang baik seperti Bali, Bandung dan Jakarta.<sup>75</sup>

### **Wellness lifestyle sebagai kearifan lokal**

Melukat sebagai aktivitas pembersihan atau penyucian diri, sehingga apabila mendengar kata melukat, akan langsung ingat Bali. Berasal dari “Su” yang artinya baik dan “Lukat” yang artinya penyucian.<sup>76</sup> Kebangkitan tempat-tempat pemandian untuk tujuan melukat sejalan dengan perkembangan bahwa kekayaan budaya dapat menjadi daya tarik wisata, khususnya *wellness tourism*. *Wellness tourism* tersebut berupa *physical wellness* yang memiliki dampak pada *emotional* dan *mental wellness*.

Contoh lainnya adalah layanan perawatan meboreh dengan menggunakan rempah-rempah khas Bali, bertujuan untuk mengembalikan kesegaran tubuh.



Melukat di Pura Tirta Empul Bali (ubudian.id)

## **5.8.2 Penguatan Hubungan Sosial dengan Komunitas Pasar Tradisional**

Pada sebagian daerah di Indonesia, modal sosial merupakan modal yang perlu dimiliki seorang peramu atau penjual jamu untuk mendapatkan pelanggan. Contohnya pada industri jamu tradisional di Madura. Modal sosial lebih menekankan pada masyarakat sebagai hasil dari hubungan sosial yang terjalin di antara semua anggota masyarakat. Modal sosial tersebut menjadi bekal para peramu untuk membangun citra baik terhadap merek jamu miliknya. Hal ini dilakukan agar merek jamu tersebut dapat dikenal secara luas dan memiliki kepercayaan yang tinggi dari para konsumen untuk mengonsumsi jamu tersebut.

Modal sosial tersebut digunakan untuk membangun *customer trust* yang baik antara peramu jamu dengan pengguna jamu. Kepercayaan berkaitan dengan *emotional bonding*, yaitu kemampuan seseorang untuk mempercayai perusahaan atau sebuah merek dan produk untuk menjalankan sebuah fungsi. Kepercayaan tersebut bagi pengguna Jamu Madura disebut Juduh yang berarti jodoh dalam Bahasa Madura. Bagi Masyarakat Madura, Juduh adalah kecocokan dalam meminum jamu yang menjadi sebuah kepercayaan besar kepada peramu jamu karena jika keluarga atau saudara mereka sakit maka rekomendasi pengobatan pertama adalah dengan meminum jamu dari peramu yang telah dipercaya. Kepercayaan tersebut tentu berasal dari pengalaman pengguna jamu tradisional yang sembuh setelah meminum jamu, sehingga mereka akan merekomendasikan jamu tersebut kepada saudara atau orang-orang terdekat.<sup>77</sup>

Membangun modal sosial bagi peramu jamu memang memerlukan proses yang tidak singkat, dalam membangun kepercayaan dan relasi juga membutuhkan jam terbang yang tinggi agar masyarakat menilai bahwa peramu jamu tersebut memiliki kemampuan dan kapasitas dalam meracik jamu sebagai sarana pengobatan herbal.

Budaya jamu, spa dan *wellness* selain erat kaitannya dengan hubungan emosional antar manusia, secara khusus juga meningkatkan hubungan sosial dengan komunitas pasar tradisional.

Spa khas Bali misalnya, sering menggunakan bahan-bahan alami yang diperoleh dari pasar tradisional, seperti minyak kelapa, rempah-rempah, bunga, dan tanaman obat yang digunakan dalam perawatan spa.

<sup>75</sup> Kontan, “Pengamat: Indonesia Harus Perkuat Wellness Tourism”, Jul. 22, 2024, <https://tinyurl.com/59fbnr57>

<sup>76</sup> Susanti, H., “Wellness tourism sebagai Bentuk Adaptasi Terhadap Dinamika Pariwisata Bali di Era New Normal”, *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 16(1), 2022, <https://tinyurl.com/bdh3a95u>

<sup>77</sup> Muarif, S., & Satriyati, E., “Relasi Sosial Dan Kepercayaan Dalam Industri Jamu Madura: Studi Kasus Peramu Jamu Dan Pola Konsumsi Masyarakat”, *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(4), 2023, <https://tinyurl.com/69w4ctrx>

Pasar tradisional menyediakan bahan-bahan ini yang merupakan hasil produksi lokal, sehingga mendukung perekonomian petani dan produsen lokal.<sup>78</sup>

### 5.8.3 Pelestarian Pengetahuan Masa lampau sebagai *Local Wisdom*

Jamu umumnya digunakan masyarakat Indonesia sebagai minuman obat alami untuk menjaga kesehatan, serta menyembuhkan berbagai penyakit. Tradisi minum jamu ini diperkirakan sudah ada sejak 1.300 M dan merupakan minuman bersejarah.

Jamu merupakan minuman berkhasiat dari Indonesia sebagai minuman kesehatan, mencegah, dan menyembuhkan berbagai penyakit. Jamu disajikan dengan berbagai jenis, mengingat di Indonesia memiliki tanaman herbal berjumlah cukup banyak. Setiap daerah mempunyai jenis Jamu yang berbeda, menyesuaikan dengan tanaman herbal yang tumbuh di daerahnya.

Masyarakat Indonesia sejak zaman Kerajaan Mataram hingga kini masih menggunakan Jamu. Minuman khas Indonesia ini telah menjadi kebanggaan tersendiri seperti halnya dengan *Ayurveda* dari India dan Zhongyi dari Cina. Sejak saat itu, perempuan lebih berperan dalam memproduksi jamu, sedangkan pria berperan mencari tumbuhan herbal alami. Fakta itu diperkuat dengan adanya temuan artefak Cobek dan Ulekan –alat tumbuk untuk membuat jamu. Artefak itu bisa dilihat di situs arkeologi Liyangan yang berlokasi di lereng Gunung Sindoro, Jawa Tengah.

Selain artefak Cobek dan Ulekan, ditemukan juga bukti-bukti lain seperti alat-alat membuat jamu yang banyak ditemukan di Yogyakarta dan Surakarta, tepatnya di Candi Borobudur pada relief Karmawipangga, Candi Prambanan, Candi Brambang, dan beberapa lokasi lainnya. Konon, di zaman dulu, rahasia kesehatan dan kesaktian para pendekar dan petinggi-petinggi kerajaan berasal dari latihan dan bantuan dari ramuan herbal.

Seiring perkembangannya, tradisi minum Jamu sempat mengalami penurunan. Tepatnya saat pertama kali ilmu modern masuk ke Indonesia. Saat itu kampanye obat-obatan bersertifikat sukses mengubah pola pikir masyarakat Indonesia sehingga minat terhadap Jamu menurun. Selain soal standar atau sertifikat, khasiat dari Jamu pun turut dipertanyakan.

Pada masa penjajahan Jepang, sekitar tahun 1940-an, tradisi minum Jamu kembali populer karena telah dibentuknya komite Jamu Indonesia. Dengan begitu, kepercayaan khasiat terhadap Jamu kembali meningkat. Seiring berjalannya waktu, penjualan Jamu pun menyesuaikan dengan teknologi, di antaranya telah banyak dikemas dalam bentuk pil, tablet, atau juga bubuk instan yang mudah diseduh. Saat itu berbenturan dengan menurunnya kondisi pertanian Indonesia yang mengakibatkan beralihnya ke dunia industri termasuk industri Jamu.

Sejak tahun 1974 hingga kini banyak berdiri perusahaan Jamu dan semakin berkembang. Sejak era itu juga ramai diadakan pembinaan-pembinaan dan pemberian bantuan dari Pemerintah agar pelaku industri Jamu dapat meningkatkan aktivitas produksinya.<sup>79</sup>

Sejak pertama kali masyarakat Indonesia menggunakan Jamu sebagai minuman kesehatan hingga saat ini, pengolahan Jamu berdasarkan ilmu yang diajarkan secara turun-temurun. Hingga saat ini, minuman berkhasiat khas Indonesia ini selalu terjaga keberlangsungannya. Warisan nenek moyang yang tetap dijaga sampai kapan pun ini menjadi salah satu pelestari pengetahuan masa lampau dan *local wisdom*.

<sup>78</sup> Kompas, "Keistimewaan "Balinese Spa" di Mata Wisatawan Mancanegara", Sep. 30, 2018, <https://tinyurl.com/3p7mct9d>

<sup>79</sup> Indonesia.go.id, "Sejarah dan Perkembangan Jamu, Minuman Tradisional Indonesia", Jun. 28, 2019, <https://tinyurl.com/2s4ffvmx>

### Local wisdom sebagai alat diplomasi lintas budaya Internasional

Budaya sehat jamu resmi menjadi Warisan Budaya Tak Benda atau WBTB yang masuk ke dalam daftar Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Persatuan Bangsa-Bangsa atau UNESCO pada 6 Desember 2023. Ini merupakan buah dari upaya pelestarian jamu sebagai budaya untuk kesehatan yang dilakukan berbagai pihak sejak lama.<sup>80</sup>

Kini, bangsa Indonesia dapat menjadi lebih percaya diri dalam menjadikan jamu sebagai salah satu alat diplomasi lintas budaya internasional. Misalnya saja jamu dapat dihidangkan pada acara-acara kunjungan tamu internasional.<sup>81</sup>

Momentum penetapan jamu sebagai salah satu warisan tak benda juga diharapkan dapat memajukan industri jamu di Indonesia. Pada 10 Agustus 2020, Menteri Perdagangan Agus Suparmanto turut menyambut gembira ekspor perdana PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul untuk produk rempah-rempah. Keberhasilan ini tentunya menumbuhkan optimisme bahwa produk makanan dan minuman (mamin), khususnya rempah-rempah dapat terus mendorong kinerja ekspor nasional.

### 5.8.4 Penyebaran Kesadaran “Preventif” Kesehatan Fisik dan Mental

Keinginan setiap orang untuk selalu bugar memunculkan istilah baru dalam dunia pariwisata, yakni *wellness tourism*. Pengembangan *wellness tourism* alias wisata kebugaran menjadi salah satu alternatif pariwisata yang menggabungkan antara aspek wisata dan kesehatan.

Budaya membuat jamu herbal dan berbagai pengobatan tradisional dapat menjadi salah satu daya tarik dalam *wellness tourism*. Indonesia memiliki berbagai macam jamu dengan bahan dan khasiat yang berbeda di tiap daerah.

Selain berupa jamu, nenek moyang kita juga mewariskan ramuan dalam merawat tubuh. Ramuan-ramuan tersebut antara lain: berbentuk lulur, mangir, boreh, dan param. Semuanya dapat digunakan sebagai media untuk urut, pijat, dan juga bahan campuran untuk penguapan, yang dapat dirasakan langsung wisatawan di tempat-tempat spa, klinik kecantikan, atau tempat perawatan tubuh.

Kekayaan hayati Indonesia juga dapat digunakan sebagai bahan membuat kuliner sehat. Wisata kuliner dengan menu makanan sehat akan menjadi salah satu bentuk *wellness tourism* andalan Indonesia. Banyaknya restoran makanan sehat dengan resep tradisional menjadi potensi keberhasilan *wellness tourism* di tanah air.

Meningkatnya trend *wellness tourism* ini membantu meningkatkan kesadaran tentang pentingnya mencegah (preventif) dalam kesehatan fisik maupun mental.

Perhimpunan Dokter Indonesia Pengembang Kesehatan Tradisional Timur (PDPKT), setelah melalui prosedur dan identifikasi yang panjang, berhasil memilih 30 jenis tanaman berkhasiat obat dalam mengatasi berbagai penyakit, termasuk kanker. Selain itu berdasarkan pengalaman pengobatan di RSUD Dr. Saiful Anwar Malang dan RSUD Dr. Soetomo Surabaya, diperoleh sejumlah herbal yang dapat dimanfaatkan dalam pelayanan kesehatan.<sup>82</sup>

Dari sisi kesehatan mental, wisata alam menjadi rekreasi individu adalah intervensi psikologis yang sangat efektif. Rekreasi seperti itu dapat membawa ketenangan mental bagi para pelaku pariwisata sekaligus juga membawa manfaat positif yang menyeluruh bagi perkembangan berbagai aspek sosial. Dalam prosesnya, membuat orang menjadi lebih sehat, usia psikologis menurun, dengan kepuasan batin dan rasa puas, dan meningkatkan komunikasi. Kondisi ini dapat meningkatkan rasa pencapaian masing-masing.<sup>83</sup>

<sup>80</sup> Kompas, “Pahit Segar Jamu Menjadi Warisan Budaya Dunia”, Des. 7, 2023, <https://tinyurl.com/2v4hta4v>

<sup>81</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, “Menegal Rahasia Kebugaran Leluhur Orang Indonesia”, Jun. 25, 2021, <https://tinyurl.com/5n8zj2wt>

<sup>82</sup> Hasanah, S. N., & Widowati, L., “Jamu Pada Pasien Tumor/Kanker Sebagai Terapi Komplementer”, *Jurnal Kefarmasian Indonesia*, 6(1), 2016, <https://tinyurl.com/489tdz4j>

<sup>83</sup> Hikmah, N. Et. al., “Healing sebagai strategi coping stress Melalui Pariwisata”, *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 3(2), 2022, <https://tinyurl.com/ycyxf87>

### 5.8.5 Sarana Pendidikan dan Pengetahuan Anak Usia Dini

Budaya jamu, spa, dan *wellness* juga dapat menjadi salah satu sarana pendidikan dan pengetahuan anak usia dini. Sepanjang tahun 2023, Balai Pelayanan dan Sainifikasi Jamu (BPSJ) Kota Pekalongan yang berlokasi di Jl. Letnan Suprpto No.5, Kelurahan Kertoharjo, Kecamatan Pekalongan Selatan mencatat kunjungan pelajar meningkat, sebanyak 17 lembaga pendidikan menikmati suguhan kegiatan yang dikemas dalam wisata edukasi jamu.

Pada kesempatan lain puluhan siswa TK Bangsa An-Nur belajar cara membuat Jamu di Kebun Toga Pesantren Kediri. Edukasi mengenai tanaman dan cara membuat Jamu tradisional. Para anak ini sengaja dikenalkan dengan produk jamu tradisional oleh sang guru. Hal itu dilakukan agar para siswa mengetahui tentang pentingnya jamu tradisional untuk menjaga imunitas tubuh.<sup>84</sup>



Edukasi Jamu kepada siswa TK oleh BPSJ Pekalongan  
(Sumber: pekalongankota.go.id)

### 5.8.6 Kesempatan Kerja untuk Pekerja Disabilitas, Perempuan dan Sektor Informal

Perkembangan industri jamu akan mendorong pertumbuhan sektor industri secara umum serta sektor pertanian secara khusus. Tabel di bawah menunjukkan distribusi pekerja disabilitas pada berbagai lapangan usaha pada tahun 2021 dan 2022. Tumbuhnya industri jamu, spa, dan *wellness* akan memberi dampak meningkatkan kesempatan bekerja untuk pekerja disabilitas.

#### Distribusi Penduduk Bekerja dengan Disabilitas Menurut Lapangan Usaha (2021-2022)

Nama Data	2021	2022
Pertanian	119.416	305.217
Jasa	110.698	287.941
Industri	46.904	127.590
Total	277.018	720.748

#### Jumlah UMKM di Bali

Jumlah UMKM Bali (Bank Indonesia Prov. Bali)	439.382 UMKM
Jumlah UMKM Bali di sektor pariwisata	>200.000 UMKM
Tingkat Pengangguran	1,87 persen (di bawah rata-rata nasional 4,82 persen)
Tingkat Kemiskinan	4,82 persen (di bawah rata-rata nasional 9,36 persen)
Jumlah Tenaga Kerja Pariwisata Nasional (2022)	<b>22,89 Juta Orang</b>

<sup>84</sup> Kompas, "Puluhan Siswa TK Belajar Cara Membuat Jamu Tradisional", Nov. 21, 2022, <https://tinyurl.com/yzrw9779>

Pada tabel di atas terlihat banyaknya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Bali yang identik dengan sektor pariwisata secara umum, dan *wellness tourism* yang baru-baru ini berkembang. Tumbuhnya budaya jamu, spa, dan *wellness*, dapat meningkatkan pertumbuhan UMKM, serta meningkatkan lapangan kerja yang tersedia secara lebih inklusif.

### 5.8.7 SROI

Studi Kasus pada pengrajin Jamu herbal dan spa Bali Tangi, Denpasar (UKM skala menengah), setiap Rp 1,- investasi yang dikeluarkan menghasilkan rasio **SROI** sebesar **1:5,36\***.<sup>85 86 87</sup>

\*Catatan: perhitungan SROI ini menggunakan beberapa asumsi dasar dan tanpa memasukkan hitungan NPV (5 tahun) yang didapatkan pada saat FGD dengan pengelola Bali Tangi, Denpasar. Perlu dilakukan riset lanjutan untuk mendapatkan nilai SROI yang lebih akurat.

Kategori	Investasi Sosial
Biaya operasional Bali tangi/tahun	Rp 800.000.000
Biaya operasional <i>workshop</i> /tahun	Rp 54.000.000
Biaya pendaftaran hak cipta	Rp 500.000
<b>Total Investasi Sosial</b>	<b>Rp 900.500.000</b>

Kategori	Dampak Sosial
Pendapatan tenaga kerja ibu-ibu sebagai pembuat jamu dan spa terapis	Rp 3.000.000.000
Pendapatan pengrajin spa bali UKM di pasar tradisional	Rp 500.000.000
Pendapatan <i>workshop</i> keterampilan spa terapis & jamu	Rp 600.000.000
Pendapatan petani rempah-rempah untuk bahan baku jamu, bahan baku 14,4 ton per tahun	Rp 576.000.000
<b>Dampak Sosial dari Investasi</b>	<b>Rp 4.676.000.000</b>

<sup>85</sup> Pengelola Bali Tangi, 2024

<sup>86</sup> Eka Widya College, 2024, <https://tinyurl.com/4j8acavr>

<sup>87</sup> Dana Cita, 2024, <https://tinyurl.com/4h4pykfj>

## 5.9 Dampak Lingkungan

### Studi Kasus 3 – Jamu, Spa, dan Kebugaran



Hasil FGD dan studi dokumen menemukan beberapa dampak lingkungan sebagai berikut:

Produk Alami dan Mudah Terurai

1. Sarana Implementasi Inisiatif Hijau
2. Media di *Wellness* untuk jangka waktu lama (*regenerative*)

#### 5.9.1 Produk alami dan mudah terurai



Co-Founder Zero Waste Earth Stores - Dr. Janira Kumari  
(Sumber: Yayasan Hijau Malaysia)

Banyak yang belum tahu atau menyadari bahwa ampas kopi dapat digunakan kembali untuk scrub yang lembut untuk kecantikan. Salah satunya dilakukan oleh Dr. Janira Kumari, *Co-founder Zero Waste Earth Store*. Menurut Dr. Janira Kumari, sisa bubuk yang dibuang seperti praktik umum memiliki konsekuensi untuk pembentukan gas metana yang menyebabkan gas rumah kaca. Penggunaan ampas kopi merupakan salah satu contoh produk kecantikan alami dan mudah terurai, serta turut menjaga kelestarian lingkungan.

Dengan semangat dan kerja keras melalui ujian, eksperimen, literatur medis, dan didukung dengan pengalaman, Bali Tangi memproduksi bahan alam untuk spa tradisional. Produk spa tradisional berbahan organik dari Pulau Bali ini pun sangat diminati di dalam maupun luar negeri.

Secara konsisten, produk spa berbahan rempah yang dirilis Bali Tangi ini mampu memasok 500kg setiap bulan untuk pasar luar negeri. Volume pasokan itu menyusut setengahnya jika dibandingkan dengan sebelum pandemi Covid-19 yang mampu mengapalkan 1.000kg bahan spa dalam setiap bulan.



Produk Spa Tradisional Bali Tangi

Produk berbahan alami rempah-rempah itu diminati pasar luar negeri karena tidak mengandung bahan kimia. Bali Tangi menggandeng Kelompok Wanita Tani (KWT) di Bali dalam memasok kebutuhan bahan baku alami (organik).

## 5.9.2 Sarana Implementasi Inisiatif Hijau

Kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya penerapan pada kegiatan usaha berkelanjutan ditunjukkan oleh adanya implementasi pada usaha yang berbasis ekonomi hijau, dimana ekonomi hijau atau *green economy* merupakan kegiatan ekonomi yang dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat melalui pembatasan sumber daya alam dan rendah karbon.

Implementasi tersebut salah satunya dilakukan pada usaha jamu olahan kunyit di Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor. UMKM jamu termasuk ke dalam UMKM olahan makanan dan minuman yang berdasarkan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Bogor pada tahun 2022 memiliki dominasi pada keseluruhan UMKM sebesar 51 persen.<sup>88</sup>

Berdasarkan penilaian aspek ekonomi hijau, rata-rata UMKM jamu olahan kunyit di Kecamatan Ciampea telah mencapai implementasi usaha yang berbasis ekonomi hijau pada level eco-adopter, Implementasi tersebut ditunjukkan beberapa di antaranya melalui:

- Penggunaan lampu LED saat kegiatan produksi sebagai upaya penghematan energi,
- Melakukan pemasaran berbasis digital,
- Merekrut tenaga kerja perempuan yang berasal dari wilayah sekitar lokasi usaha,
- Serta telah dominan melakukan transaksi dengan sistem *cashless* melalui transaksi EDC, dan QRIS.

### **Penghematan Energi pada pelayanan tertentu (spa kembali ke alam) khusus untuk memijat seperti *wellness on the sea, river, hill***

Spa di Inggris telah menerapkan berbagai praktik ramah lingkungan, menunjukkan komitmen mereka terhadap pelestarian lingkungan, sambil memberikan pengalaman spa yang istimewa. Upaya ini berkontribusi pada pelestarian sumber daya dan pengurangan jejak karbon mereka.

Cara Spa yang memprioritaskan keberlanjutan misalnya:

- Perlengkapan mandi isi ulang (sampo, sabun)
- Pencucian handuk untuk mendukung lingkungan
- Sumber daya lokal
- Pencahayaan hemat energi
- Toilet *dual flush*

PT. Mustika Ratu, Tbk merupakan perusahaan pembuatan produk jamu tradisional di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 1981. Salah satu produk yang dihasilkan adalah Teh Celup yang diproses melalui proses ekstraksi dengan menggunakan material rempah-rempah, seperti jahe, temu kunci, kencur, jati belanda, tempuyung, kunyit, pulo sari, kayu manis, temu ireng, bangle, temu lawak, kedaung, adas dan lempuyung wangi. Industri jamu merupakan salah satu industri yang banyak menggunakan material rempah-rempah yang menghasilkan ampas/limbah ekstra dan mengandung bahan organik yang harus dibuang. Jumlah limbah ampas ekstraksi jamu dari proses ekstraksi tersebut sebanyak 300 kg/hari.

Selama ini limbah belum dimanfaatkan secara maksimal sehingga akan mengalami permasalahan yang serius. Perusahaan memiliki kapasitas penyimpanan 20 ton. Dan kapasitas saat ini mulai tidak mencukupi dengan laju penumpukan limbah jamu. Selain masalah biaya untuk membuang limbah ke pihak ketiga, hal ini juga menimbulkan bau yang tidak sedap yang mengganggu pemukiman di sekitar industri.

<sup>88</sup> Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor, "UMKM Jamu Mulai Terapkan Bisnis Ramah Lingkungan", Agu. 27, 2023, <https://tinyurl.com/sfeh6d35>

Solusi yang dapat dilakukan adalah dengan pembuatan pupuk kompos dimulai dengan proses pencucian ampas jamu, lalu ditambahkan mikrobacter EM 4 dan gula untuk proses pembusukan. Hasil pupuk yang sudah jadi diuji coba ke tanaman hias dan tanaman buah, hasil secara fisik tanaman terlihat subur.

Selain itu hasil dari pemanfaatan pupuk ini telah diberikan juga kepada karyawan dan warga sekitar lokasi pabrik. Pengolahan limbah ekstrak jamu mendapat respons positif dari masyarakat Kec. Tapos. Masyarakat berharap ini dapat menjadi salah satu solusi pengolahan limbah menjadi pupuk kompos dan berharap hal ini dapat dijadikan salah satu peluang bisnis bagi masyarakat sekitar.<sup>89</sup>

Sebagai solusi pengganti plastik sebagai pengemas makanan, Pipit Riyanti dan dua rekannya yakni Setiya Rahayu dan Kharisma Madda El-Iyana mencetuskan ide membuat *edible film*. *Edible film* merupakan pengemas suatu produk yang dapat dikonsumsi secara langsung. Uniknya, bahan utama yang digunakan untuk membuat *edible film* adalah tulang ayam.

Tulang ayam merupakan salah satu sisa bahan makanan yang sering kali diabaikan. Namun, ternyata tulang ayam dapat dimanfaatkan sebagai bahan pengemas jamu siap konsumsi. Madda sebagai anggota tim mengaku memilih tulang ayam karena memiliki kandungan kolagen yang bisa digunakan sebagai bahan dasar pembuatan *edible film*. Kolagen juga dapat membantu meningkatkan elastisitas kulit sehingga kemasan dapat dengan mudah dirobek dan digunakan.

Selain karena terdapat kolagen dalam tulang ayam, ketiga mahasiswi departemen Kimia ini juga berpendapat bahwa tulang ayam menjadi limbah yang jarang didaur ulang. Selain itu, di kawasan Tembalang Semarang banyak rumah makan yang menjadikan ayam sehingga tulang ayam ketersediaannya cukup banyak dan mudah untuk dicari. Dengan menggunakan tulang ayam sebagai bahan pengemas, maka limbah yang dihasilkan dapat diurai secara alami dan tidak menimbulkan dampak buruk bagi lingkungan.

Meski pada saat ini pengaplikasian *edible film* dengan menggunakan tulang ayam hasil dari penelitian, Pipit dan kedua rekannya baru diaplikasikan pada produk jamu, namun tidak menutup kemungkinan akan diaplikasikan untuk bahan-bahan yang lain.<sup>90</sup>

### 5.9.3 Media di *Wellness* untuk jangka waktu lama (*regenerative*)



#### Rumah Sumba

Rumah Sumba, perpaduan antara budaya tradisional Sumba dengan rekayasa bambu. Ini salah satu bentuk *wellness tourism* yang akan menjaga kekayaan tradisi dari generasi ke generasi.

Sumba House, Bambu Indah (Sumber: bambuindah.com)

<sup>89</sup>Usman, R., Et. al., "Pengolahan Limbah Ampas Ekstraksi Jamu Menjadi Pupuk Kompos", *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UJM*, 2019, <https://tinyurl.com/mr42884b>

<sup>90</sup> Fakultas Sains dan Matematika Universitas Diponegoro, "Chicken Bones Into Herbal Packaging Materials Soap Consumption", Apr. 14, 2023, <https://tinyurl.com/2j53z8y9>

**Amanoi Spa, Vietnam**

## Suite Hidroterapi

Amanoi Spa menawarkan dua *suite* hidroterapi pribadi, masing-masing dilengkapi meja perawatan batu yang dipanaskan.

## Bamboo Spa Treatment

Tongkat bambu berongga dengan panjang dan diameter yang berbeda digunakan sebagai alat pijat, baik yang dihangatkan maupun yang pada suhu ruangan.



Amanoi Spa (Sumber: aman.com)

## 5.10 Dampak Ekonomi

### Studi Kasus 4 – Subak Bali (Jatiluwih)



Subak adalah organisasi kemasyarakatan yang khusus mengatur sistem pengairan sawah untuk bercocok tanam padi di Bali, Indonesia. Umumnya, Subak memiliki pura yang dikenal sebagai Pura Uluncarik atau Pura Bedugul, yang didirikan oleh para pemilik lahan dan petani. Pura tersebut dipersembahkan untuk Dewi Sri, dewi kemakmuran dan kesuburan menurut kepercayaan masyarakat Bali. Sistem irigasi ini dikelola oleh seorang pemuka adat yang juga merupakan petani di Bali, yang disebut Pekaseh.

Sistem subak telah menjadi salah satu ciri khas dari masyarakat Bali. Sistem pengairan ini berkembang dalam pengaruh nilai-nilai ajaran agama Hindu yang kuat dan membentuk suatu kearifan lokal, yang membuat masyarakat petani di Bali dapat serasi dengan alam untuk memperoleh hasil panen yang optimal.

Sistem subak diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya dunia pada tanggal 29 Juni 2012 di kota Saint Petersburg, Rusia. Organisasi pendidikan, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan PBB tersebut mengakui subak sebagai warisan budaya dunia setelah pemerintah Indonesia memperjuangkannya selama 12 tahun. Sesuai dengan pengajuannya, subak di Bali awalnya memiliki luas lebih dari 19.500 Ha, yang terdiri atas subak yang berada di lima kabupaten, yaitu Kabupaten Bangli, Gianyar, Badung, Buleleng, dan Tabanan.

**Potensi Pendapatan**

Untuk mendapatkan gambaran potensi pendapatan dari subak, mari kita lihat perkembangan Desa Wisata Jatiluwih, di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali. Desa dengan ketinggian kurang lebih 685 m di atas permukaan laut ini mendapatkan pengakuan internasional ketika sistem pengairan sawah tradisionalnya yaitu Subak, diakui oleh UNESCO sebagai salah satu Warisan Budaya Dunia. Sistem Subak, yang berakar pada ajaran Tri Hita Karana dalam Agama Hindu mencerminkan keseimbangan dan keharmonisan antara manusia, alam dan spiritualitas.

Dibangun sejak abad ke-11, subak bukan hanya sebuah sistem irigasi tetapi juga filosofi hidup yang menekankan pada keharmonisan dan keberlanjutan. Desa Jatiluwih dikelilingi oleh hutan lindung seluas 24 Ha yang merupakan rumah bagi berbagai spesies flora dan fauna endemik. Di antaranya adalah berbagai jenis burung langka dan hewan seperti kukang Jawa, yang sering terlihat oleh pengunjung saat mendaki atau bersepeda melalui jalur setapak yang membelah hutan dan sawah. Desa Jatiluwih menawarkan lebih dari sekedar pemandangan sawah terasering yang memukau tetapi juga menjadi tempat di mana pengunjung dapat menikmati berbagai aktivitas luar ruang seperti *tracking* dan bersepeda melalui jalur yang menghubungkan sawah dengan hutan. Desa Jatiluwih juga menyelenggarakan festival dan upacara tradisional yang memungkinkan pengunjung untuk merasakan kekayaan budaya dan tradisi lokal.<sup>91</sup>

Sistem pengairan Subak di Desa Jatiluwih memiliki potensi pendapatan yang dapat dikembangkan, antara lain dari:

1. Tiket Masuk
2. Penjualan *merchandise* dan *venue*
3. Homestay dan penginapan
4. Café dan Restoran
5. Penjualan Hasil Pertanian (Beras)
6. Festival Jatiluwih

Hasil FGD dan studi dokumen menunjukkan potensi ekonomi per tahun untuk desa Jatiluwih terdiri dari: tiket masuk (Rp 11,8 miliar), penjualan *merchandise* dan *venue* (potensi Rp 14 juta), homestay dan penginapan (potensi Rp 19 miliar), café dan restoran (potensi Rp 1-2 miliar per restoran), penjualan hasil pertanian (beras) (potensi Rp 17 miliar), dan potensi pendapatan dari Festival Jatiluwih.

### 5.10.1 Tiket Masuk Pengunjung

Dari sisi harga tiket, Desa Wisata Jatiluwih menerapkan harga tiket wisata Jatiluwih untuk wisatawan domestik sebesar Rp 15.000 dan untuk wisatawan mancanegara Rp 40.000.<sup>92</sup> Sedangkan dari sisi pengunjung, rata-rata dalam sehari 1.200 wisatawan datang ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) Subak Jatiluwih untuk menyusuri sawah selama 1-2 jam. Sekitar 85 persen di antara mereka adalah wisatawan mancanegara, terutama Eropa. Sementara wisatawan domestik mencapai 300 orang pada hari kerja dan 1.000 orang pada akhir pekan.<sup>93</sup> Pada tahun 2023 total pendapatan dari tiket masuk ke Jatiluwih mencapai Rp 11,8 miliar dengan total 1.800 wisatawan.

**Sumber Pendapatan dari Tiket Masuk Subak Jatiluwih**

Jenis	Keterangan	Harga (Rp)
Tiket masuk	Wisatawan asing dewasa	Rp 40.000
	Wisatawan asing anak-anak	Rp 30.000
Biaya parkir	Mobil	Rp 5.000
	Minibus & Bus	Rp 10.000
Biaya kegiatan	Film dengan narator asing	Rp 2.500.000/hari
	Film dengan narator domestik	Rp 1.500.000/hari
	Produk iklan	Rp 2.000.000/hari
	Penggunaan drone	Rp 1.000.000/hari

<sup>91</sup> Pesona Indonesia, "Desa Wisata Jatiluwih", <https://tinyurl.com/zt32uwwj>

<sup>92</sup> Traveloka, "Wisata Jatiluwih Tabanan: Harga Tiket, Aktivitas Seru & Rute Menuju ke Sana", Mar. 23, 2024, <https://tinyurl.com/aueej9je>

<sup>93</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, "Siaran Pers World Water Forum 2024: Subak, Cermin Pembagian Air Berkeadilan di Pulau Dewata", Mei 5, 2024, <https://tinyurl.com/yzbevbdv>




	Foto komersial	Rp 500.000/hari
	Camping	Rp 300.000/hari
	Kegiatan camping untuk pelajar	Rp 10.000/siswa/hari
	Kegiatan sosial	Rp 250.000

**Pendapatan Subak di Bali (Daerah Wisata dan Non Wisata)**

Tidak semua subak di Bali berada di daerah pariwisata. Petani di subak yang berada di daerah pariwisata selain menggantungkan pendapatan rumah tangganya dari sektor pertanian juga dari sektor pariwisata. Hal ini berbeda dengan petani yang berada di daerah non pariwisata yang umumnya pendapatan rumah tangganya sebagian besar berasal dari sektor pertanian.

Sebagai contoh, struktur pendapatan di Subak Juwuk Manis (daerah pariwisata) mencapai Rp 21.885.333,33 per tahun, dengan 85,61 persen berasal dari sektor non-pertanian. Sebaliknya, di Subak Temesi (daerah non-pariwisata), struktur pendapatan mencapai Rp 8.896.076,33 per tahun, dengan 64,36 persen berasal dari sektor pertanian. Secara ekonomi, Subak Juwuk Manis (daerah pariwisata) berdampak sekitar 2,46 kali lebih besar dibandingkan Subak Temesi (daerah non-pariwisata).<sup>94</sup>

**5.10.2 Penjualan *merchandise* dan penyewaan *venue***

	Jajanan Khas Desa Jatiluwih <b>Harga: Rp 20.000</b>
	Beras Merah Cendana (500 gram) <b>Harga: Rp 40.000</b>
	Teh Celup Beras Merah <b>Harga Rp 20.000</b>

Gambar di atas adalah contoh *merchandise* ataupun *souvenir* yang dijual di daerah Subak, Bali. Hasil FGD dengan pengelola DTW Jatiluwih (2024) menemukan bahwa pendapatan penjualan *souvenir* mencapai Rp 6 juta per bulan.

Salah satu *souvenir* yang sedang naik daun dari daerah Subak Bali adalah teh beras merah. Salah satu petani yang memanfaatkan beras merah menjadi teh, yakni I Wayan Semara Jaya alias Pak Krisna. Warga Desa

<sup>94</sup> Septiasari, M. I., Et. al., "Perbandingan antara Pendapatan Rumah Tangga Petani di Subak Daerah Pariwisata dan Non Pariwisata di Bali", *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 10(2), 2013, <https://tinyurl.com/2jchfph4>

Jatiluwi, Kecamatan Penebel, Tabanan ini mengakui peminat teh beras merah sedang tinggi permintaan khususnya wisatawan asing

Disebutkan, tahun 2024 dia bisa menjual 300 bungkus teh beras merah ukuran 200 gram. Tahun sebelumnya atau 2023, terbanyak teh beras merah terjual sekitar 50 - 100 bungkus ukuran yang sama. Untuk harga dijual 1 bungkus mencapai Rp 20.000.<sup>95</sup> Dari penjualan teh saja omzet pak Krisna pada pertengahan tahun 2024 mencapai  $300 \times \text{Rp } 20.000 = \text{Rp } 6.000.000$ . Diperkirakan omzet dari teh untuk tahun 2024 bisa mencapai Rp 14 juta.



Jalur sepeda di Desa Jatiluwi

Selain itu, desa Jatiluwi juga mengembangkan bisnis lain seperti penyewaan *venue* dan *cycling tour*. Contohnya Alami Villa Tabanan menyewakan *Wedding Package* seharga Rp 292.004.000.<sup>96</sup> Tour bersepeda juga disediakan dengan Jalur Sepeda Jatiluwi yang merupakan salah satu rute bersepeda yang cukup populer di kalangan wisatawan dunia mengingat wisatawan dapat menikmati keindahan sawah terasering yang sangat memukau. Selain itu, wisatawan juga bisa merasakan kehidupan desa di Bali, melihat bagaimana para petani padi melakukan panen, melaksanakan upacara, dan menjalani kehidupan sehari-hari mereka di masyarakat. Harga *cycling tour* bervariasi mulai Rp 280.000 – 1,2 juta tergantung fasilitas yang diberikan.<sup>97</sup>

### 5.10.3 Homestay dan penginapan



Contoh *homestay* dan penginapan di Jatiluwi

<sup>95</sup> Nusa Bali, "Permintaan Teh Beras Merah Meningkat", May 20, 2024, <https://tinyurl.com/mr227wah>

<sup>96</sup> Happy Bali Wedding, "Alami Villa Tabanan", <https://tinyurl.com/mtybnub8>

<sup>97</sup> Jatiluwi Cycling, "Jatiluwi Cycling Packages", <https://tinyurl.com/2z2msfb7>

Sebagai sebuah Daerah Tujuan Wisata (DTW) tentu saja Desa Jatiluwih juga didukung oleh fasilitas penginapan yang memadai. Terdapat 28 penginapan di sekitar Subak Jatiluwih dengan harga mulai dari Rp 177.000 hingga Rp 1.300.000 per malam.

#### Penginapan di Desa Jatiluwih

Lokasi Sekitar	Harga Minimal	Maksimal	Jumlah Penginapan
Subak Jatiluwih	177.000	1.300.000	28

Pada bulan Agustus 2023, rata-rata lama menginap tamu di hotel berbintang di Bali adalah 2,55 hari.<sup>98</sup>

Berdasarkan data-data di atas, perkiraan omzet tahunan penginapan di daerah Jatiluwih sebagai berikut:

**Omzet Harian per Penginapan** = Harga Rata-rata × Rata-rata Menginap

**Omzet Harian per Penginapan** = Rp 738.500 × 2,55

**Omzet Tahunan per Penginapan** = Omzet Harian per Penginapan × 365

**Omzet Tahunan per Penginapan** = Rp 1.882.175 × 365

**Omzet Tahunan per Penginapan** = Rp 686.593.875

**Omzet Total Tahunan** = Rp 686.593.875 × 28

Omzet Total Tahunan

**Rp 19.224.628.500 (19,2 Miliar)**

#### 5.10.4 Café dan Restoran



Contoh café dan restoran di Jatiluwih

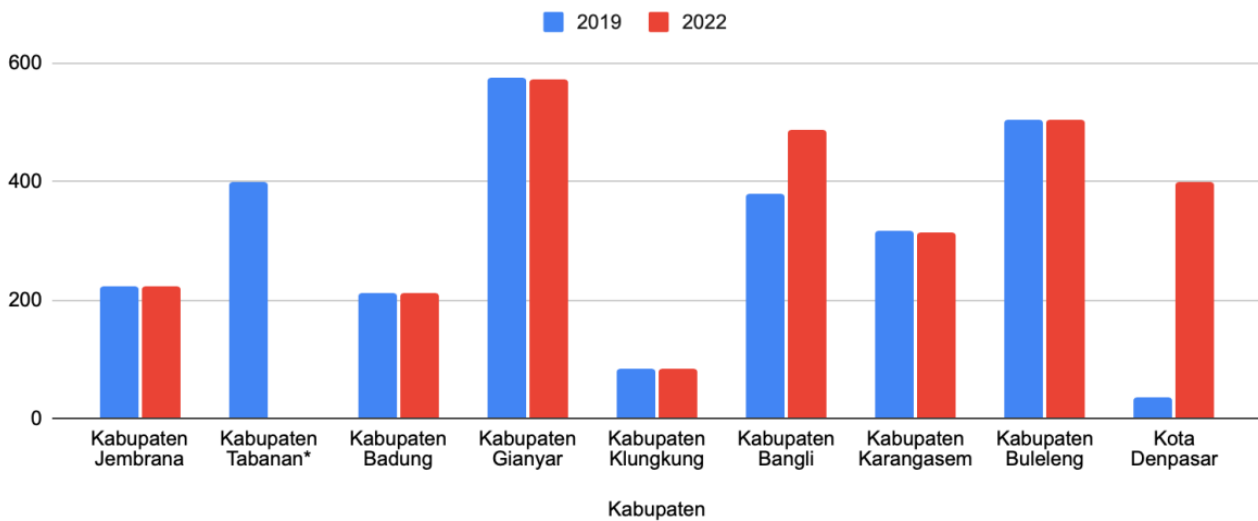
Dihimpun dari Tripadvisor pada tahun 2024 jumlah café dan restoran di desa Jatiluwih diperkirakan ada 97. Dari hasil wawancara dengan pengelola restoran Green Talas didapatkan bahwa pendapatan restoran Green Talas sekitar Rp 1 miliar/tahun. Walaupun cukup banyak café dan restoran di Jatiluwih, namun jumlah wirausahawan yang tercatat di Desa Jatiluwih baru sekitar 7,19 persen dari total jumlah penduduk dewasa, atau 213 orang.<sup>99</sup>

<sup>98</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Tabanan, "Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Agustus 2023", Okt. 2, 2023, <https://tinyurl.com/mwppwrau>

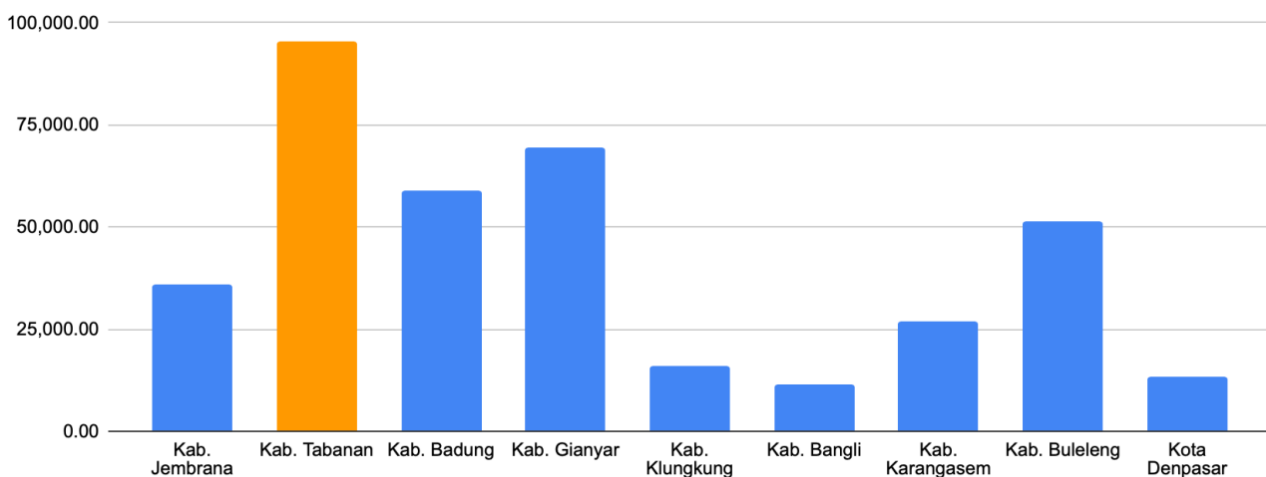
<sup>99</sup> Desa Jatiluwih, "Grafik Pekerjaan & Tabel Pekerjaan", <https://tinyurl.com/334furaw>

### 5.10.5 Penjualan Hasil Pertanian (Beras)

Jumlah Subak dan Subak Abian per Kabupaten Kota Tahun 2019 dan 2022



Produksi Beras per Bulan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali (Ton)



Grafik di atas menunjukkan jumlah Subak dan Subak Abian per kabupaten kota tahun 2019 dan 2022. Di Desa Jatiluwih, Kabupaten Tabanan sendiri terdapat sawah seluas sekitar 300 Ha. Di sana, kelompok petani dibagi dalam tujuh tempekan yang dipimpin oleh ketua adat yang disebut Pekaseh. Satu kelompok rata-rata terdiri dari 35 petani, sehingga seluruh petani berjumlah 254 orang. Dengan adanya sistem Subak, budaya pertanian ini terus dipertahankan lantaran bekerja dengan landasan keadilan. Hal ini tercermin dari pembagian air yang merata bagi seluruh anggota. Sistem ini juga menjaga keberlanjutan dan kesinambungan hasil produksi.

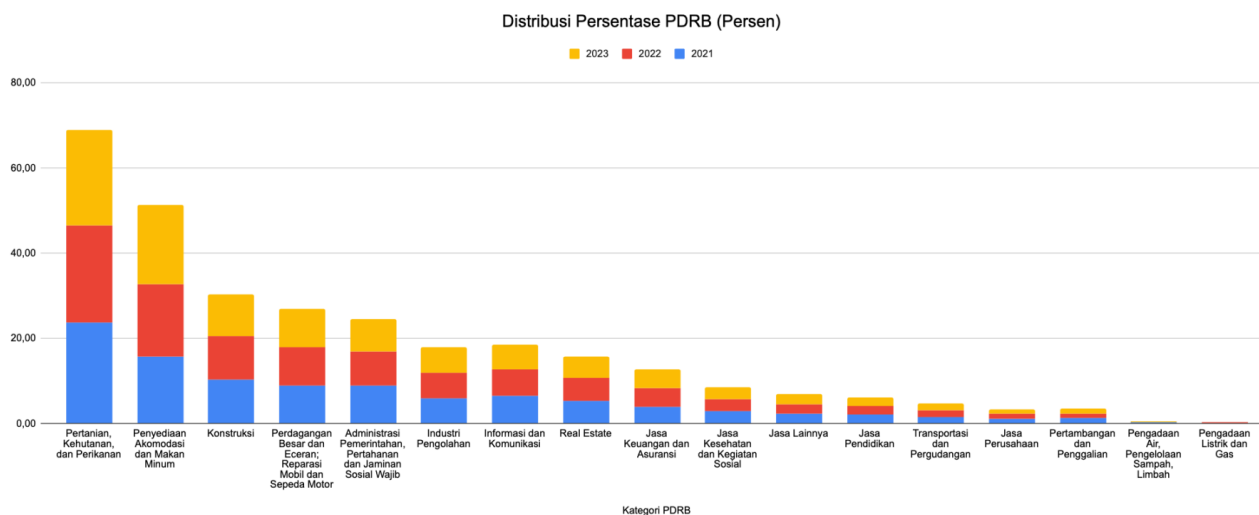
Pada tahun 2022, total pendapatan petani di Subak Jatiluwih sebesar Rp 70.423.547,2/tahun dengan rata-rata per bulan sebesar Rp 5.868.629 (golongan pendapatan tinggi).<sup>100</sup> Seperti dapat dilihat pada grafik di atas, Kabupaten Tabanan merupakan kabupaten dengan produksi beras per bulan tertinggi di provinsi Bali.

<sup>100</sup>Adi, N. M., Et. al., "Kondisi sosial Ekonomi Rumah Tangga Petani Subak Jatiluwih Setelah Ditetapkan Sebagai Warisan Budaya Dunia", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 9(3), 2022, <https://tinyurl.com/mraj4e8v>



Beras Jatiluwih

### Distribusi Persentase PDRB (Persen) Kabupaten Tabanan 2021-2023



Seperti ditunjukkan pada grafik di atas, hasil pertanian masih menyumbang Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) terbesar di Kabupaten Tabanan. Hal ini konsisten terlihat pada tahun 2021, 2022, dan 2023.<sup>101</sup>

<sup>101</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Tabanan, "Distribusi Persentase PDRB (Persen), 2022-2023", Feb. 28, 2024, <https://tinyurl.com/mr3hx2bv>

### 5.10.6 Festival Jatiluwih



Festival Jatiluwih (Sumber: [jatiluwih.desa.id](http://jatiluwih.desa.id))

Festival Jatiluwih merupakan agenda rutin yang diselenggarakan Badan Pengelola DTW Jatiluwih dengan tujuan untuk menjaga, merawat dan melestarikan warisan leluhur nenek moyang yang berlangsung selama ratusan tahun.

DTW Jatiluwih tidak hanya mengenai obyek wisata sawah dengan sistem pengairannya (Subak) saja, akan tetapi juga kuliner khas Jatiluwih, seperti kue laklak, kue klepon, kue teh, beras merah dan juga bubur.

Pada tanggal 6 hingga 7 Juli 2024 Festival Jatiluwih diadakan untuk yang ke-5 kalinya. Kunjungan (wisatawan) ke Festival Jatiluwih terus meningkat, sebelumnya 500 sampai 600 orang per hari, kini menjadi 1.000 sampai 1.300 per hari.<sup>102</sup>

Jumlah kunjungan meningkat sekitar 70 persen dibanding tahun 2023 (800 orang per hari), kini tembus 1.300-an orang per hari dengan dominan wisatawan mancanegara. Event tahunan ini sudah masuk di dalam kalender *event* Kementerian Pariwisata.<sup>103</sup>

## 5.11 Dampak Sosial Studi Kasus 4 – Subak Bali (Jatiluwih)



Hasil FGD dan studi dokumen tentang subak Bali (Jatiluwih) menemukan beberapa dampak sosial sebagai berikut:

- Pelestarian Nilai Warisan Budaya Sistem Subak
- Penciptaan Lapangan Kerja di Desa
- Pendidikan dan Pengetahuan Lokal: Warisan bagi Generasi Muda
- Kohesi Sosial dengan Menjaga Otentisitas Beras Merah
- Peran Perempuan dalam Komunitas
- SROI rasio 1 : 29

### 5.11.1 Pelestarian Nilai Warisan Budaya Sistem Subak

Subak tidak hanya berfungsi sebagai sistem irigasi, tetapi juga sebagai pusat kegiatan keagamaan bagi para petani. Pura yang terkait dengan Subak: Pura Ulun Carik atau Pura Bedugul, menjadi tempat diadakannya upacara keagamaan yang didedikasikan kepada Dewi Sri, dewi kesuburan dan kemakmuran. Hal ini

<sup>102</sup> Elshinta, "Festival Jatiluwih, upaya merawat warisan budaya dunia", Jul. 8, 2024, <https://tinyurl.com/bdzdyedj>

<sup>103</sup> Radar Bali, "Festival Jatiluwih Kembali Digelar, Ini Targetnya", Jul. 4, 2024, <https://tinyurl.com/y2sdbhpc>

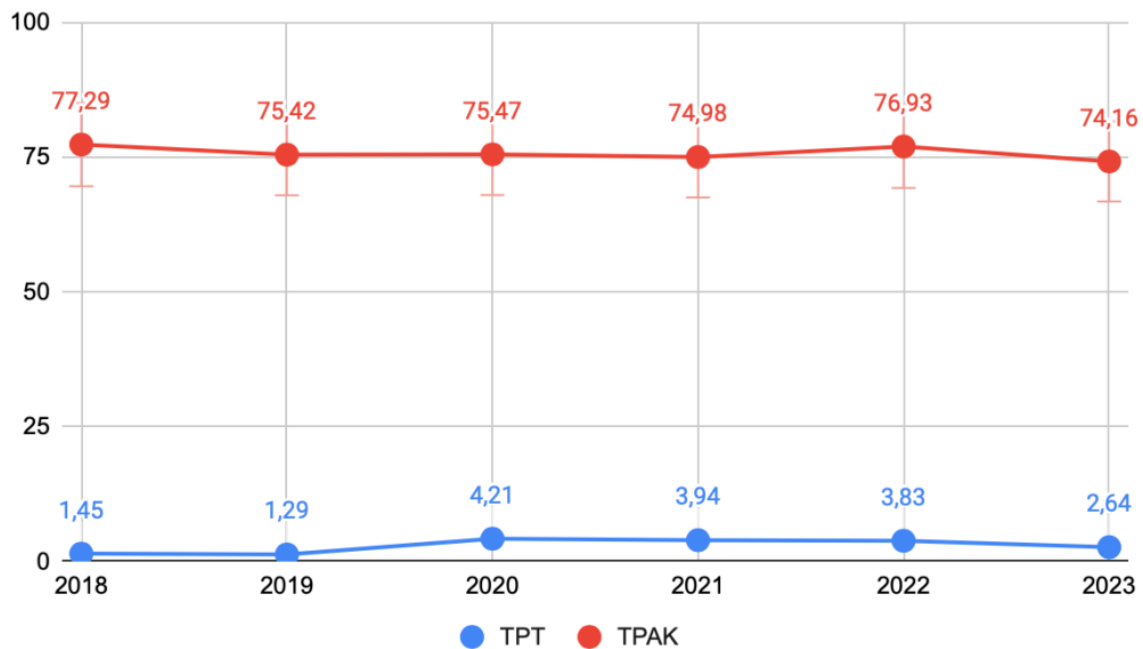
menunjukkan bahwa pemeliharaan Subak turut mendukung pelaksanaan berbagai ritual keagamaan yang penting bagi komunitas setempat.<sup>104</sup>

Perubahan jumlah iuran keagamaan. Adanya predikat sebagai Warisan Budaya Dunia, Subak Jatiluwih mendapatkan distribusi pendapatan pariwisata yang dihimpun oleh Badan Pengelola DTW Jatiluwih sebesar 21 persen dari total pendapatan neto Desa Jatiluwih, dana tersebut sebagian besar digunakan untuk kegiatan ritual keagamaan di pura subak sehingga anggota subak diringankan dalam pembayaran iuran keagamaan.

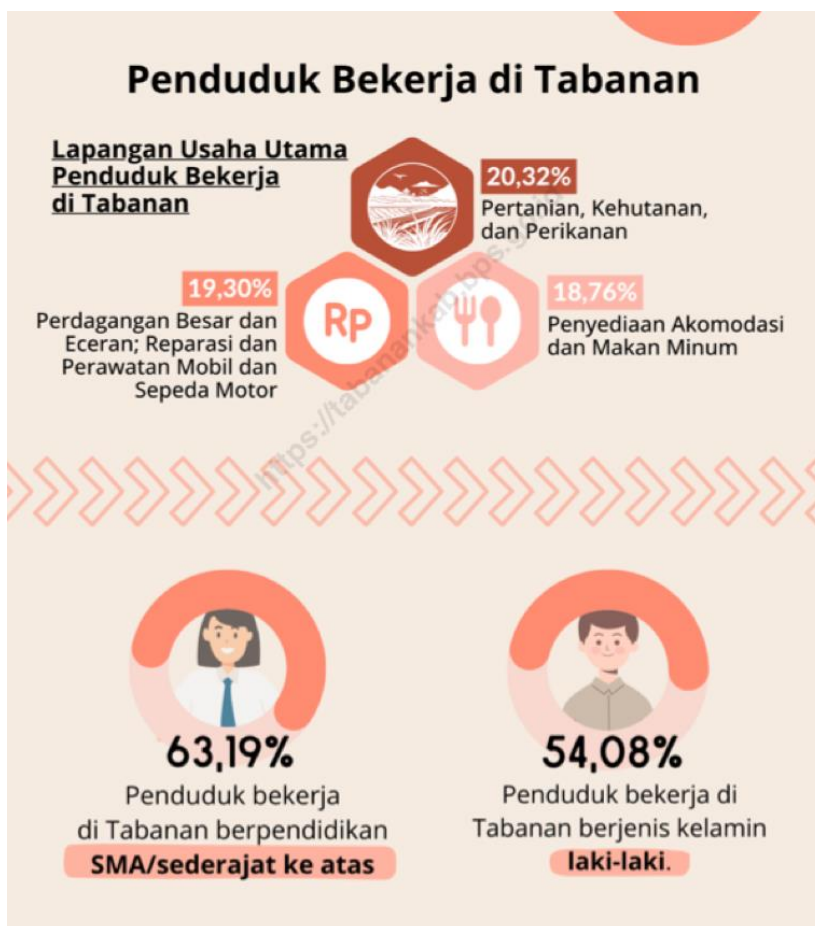
Sistem Subak mencerminkan nilai-nilai Tri Hita Karana—hubungan harmonis antara manusia, alam, dan Tuhan. Melalui praktik subak, tradisi dan ritual yang berhubungan dengan pertanian dan spiritualitas terus dilestarikan oleh masyarakat lokal dengan terus menjaga aset budaya ini.

### 5.11.2 Penciptaan Lapangan Kerja di Desa

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) dan Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Kabupaten Tabanan (2018-2023)

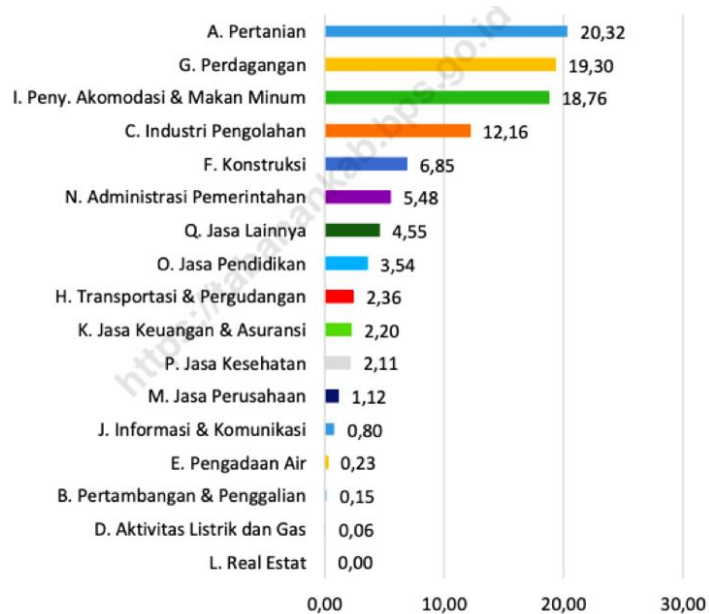


<sup>104</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia Provinsi Bali, "Penguatan Subak Sebagai Organisasi Tradisional di Bali", Agu. 28, 2023, <https://tinyurl.com/2s4myp5z>



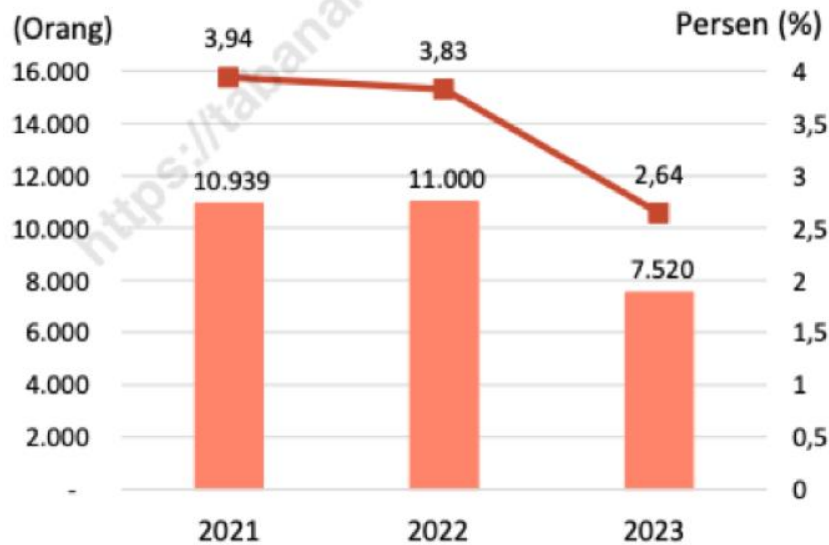
Penduduk Bekerja di Tabanan

### Persentase Penduduk Bekerja Menurut Lapangan Usaha Utama di Kabupaten Tabanan tahun 2023



Sumber: Sakernas Agustus 2023

**Jumlah Pengangguran Terbuka dan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)  
Kabupaten Tabanan (2021-2023)**



Data di atas menunjukkan pekerjaan petani atau pekebun adalah kelompok terbesar di Kabupaten Tabanan dengan persentase 20,32 persen dari total jumlah penduduk. Sektor perdagangan penduduk bekerja sebagai pengusaha "pedagang ataupun penyedia akomodasi dan makan minum" menempati urutan kedua sebesar 19,30 persen.

Data di atas juga menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka di kabupaten Desa Jatiluwih berada mengalami penurunan selama konsisten dari tahun 2021 sampai dengan 2023.

**Jenis pekerjaan dan pendapatan non usaha tani petani di Subak Jatiluwih per Tahun 2021**

Uraian	Jumlah	Pendapatan (Rp)
a. Buruh Bangunan	11	4.021.591
b. Pedagang	12	12.981.818
c. Bengkel	2	818.182
d. Pegawai Toko	1	163.636
e. Kontruktor Bangunan	1	409.091
f. Local Guide	3	580.682
g. Pegawai Villa	1	195.455
h. Pensuinan	2	1.881.818
i. Sopir	1	490.909
j. Staff Desa/Pemerintahan	2	1.159.091
k. Teknisi	1	109.091
l. Tukang Kayu	4	3.336.364
m. Wiraswasta	1	2.727.273
n. Guru	2	2.590.909
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>31.465.919</b>

### Rata-rata pendapatan usaha tani Petani di Subak Jatiluwih tahun 2021

Uraian	Usahatani Padi	Usahatani Palawija
	Nilai (Rp)/Llg	Nilai (Rp)/Llg
<b>Biaya Tunai</b>		
a. Benih	640.209,55	820.000
b. Pupuk	1.321.172,31	445.000
c. Obat-obatan	96.017,82	45.000
d. Kapur Pertanian	44.555,56	-
e. TKLK	9.907.902	880.000
f. Sewa Traktor	2.686.316	-
g. Sewa Lahan	5.856.435	-
<b>Total Biaya Tunai</b>	<b>20.552.608,24</b>	<b>2.190.000</b>
<b>Biaya Diperhitungkan</b>		
a. TKDK	3.812.201	900.000
b. Penyusutan Alsintan	826.507,50	73.733
<b>Total Biaya Diperhitungkan</b>	<b>4.638.708,50</b>	<b>973.733</b>
<b>Total Biaya</b>	<b>25.191.316,80</b>	<b>3.163.733</b>
<b>Penerimaan</b>	<b>38.144.747</b>	<b>7.880.000</b>
<b>Pendapatan</b>	<b>12.953.430,2</b>	<b>4.716.267</b>
<b>Total Pendapatan Usahatani</b>	<b>17.669.697,2</b>	

Sumber: Data Primer (2022), diolah

### Rata-rata pendapatan *Off Farm* petani di Subak Jatiluwih per tahun 2021

Uraian	Jumlah (Orang)	Pendapatan (Rp)
a. Buruh Tani	25	8.927.931
b. Usaha		
Peternakan		
- Sapi	15	8.477.647
- Ayam	2	
Petelur		3.882.353
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>21.287.931</b>

Sumber: Data Primer (2022), diolah

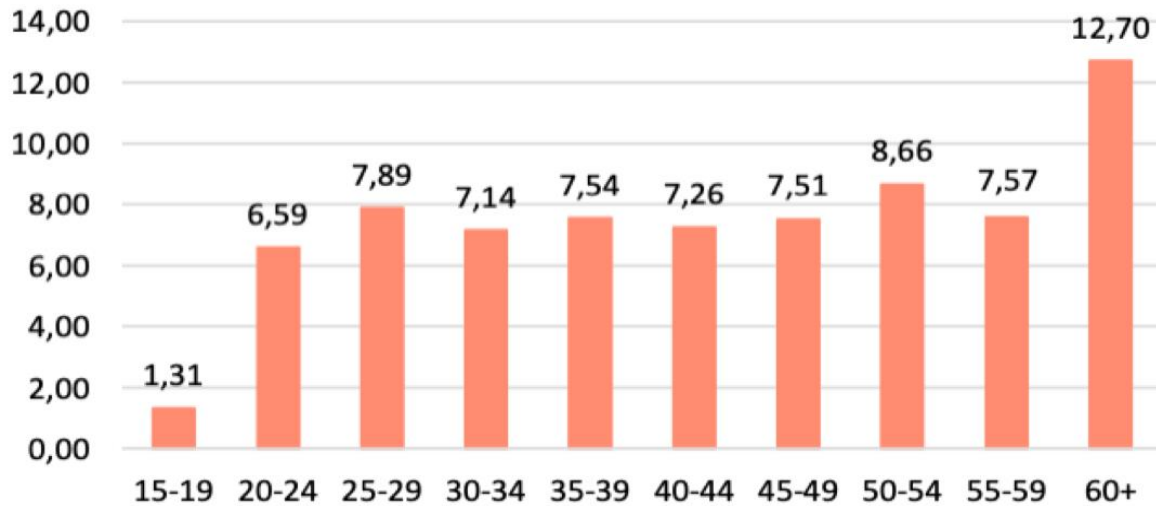
Selain usaha tani, Petani di Subak Jatiluwih juga bekerja di pekerjaan *off farm* seperti menjadi buruh tani atau peternakan. Atau pekerjaan non usaha tani seperti buruh bangunan, pedagang, bengkel, dll. Yang mendatangkan pendapatan paling banyak adalah dari pekerjaan non usaha tani.

Pertumbuhan subak Jatiluwih membuka peluang kerja di sektor pariwisata, seperti pemandu wisata, penjual kerajinan tangan, dan pengelola *homestay*. Ini memberikan alternatif penghasilan bagi masyarakat di luar sektor pertanian.

### 5.11.3 Pendidikan dan Pengetahuan Lokal: Warisan bagi Generasi Muda

Kelompok Anak Muda Jatiluwih yang dinamakan Sampah Masyarakat Jatiluwih (SMJ) bersama STT Jatiluwih melakukan kegiatan menebar benih ikan di sejumlah saluran irigasi di Subak Jatiluwih, Kecamatan Penebel, Tabanan, Bali. Ternyata, kegiatan pemuda menebar ikan jenis koi dan nila ini sudah dilakukan sejak tiga tahun yang lalu. Penebaran ikan ini bertujuan untuk menambah keindahan Jatiluwih dan menjadi daya tarik tersendiri.<sup>105</sup>

#### Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) menurut kelompok umur Kabupaten Tabanan Tahun 2023



Subak Jatiluwih menyediakan ruang bagi transfer pengetahuan tradisional dari generasi tua ke generasi muda. Anak-anak dan remaja belajar tentang teknik pertanian, manajemen air, dan nilai-nilai budaya melalui keterlibatan langsung dalam aktivitas subak.

### 5.11.4 Kohesi dan Stabilitas Sosial dengan Menjaga Otentisitas Beras Merah



Teh Beras Merah (Sumber: jadesta.kemenparekraf.go.id)

Budaya pertanian Subak Jatiluwih tidak hanya soal sistem pengairannya yang khas, namun kekompakan mereka dalam bertani. Jika di daerah lain setiap pemilik sawah berhak bekerja dengan waktu sesukanya, di sini berbeda. Mereka selalu menanam dan memanen secara serentak, bahkan tanaman padi yang ditanam juga wajib jenis beras merah saat masa tanam musim hujan.

Keuntungan Petani Beras Merah:

- Keuntungan Bersih per Ha = Rp 6.978.00
- R/C Ratio = 1,60

Ini menunjukkan bahwa posisi komoditas beras merah tidak hanya menguntungkan tetapi juga berpotensi untuk terus berkelanjutan dalam jangka panjang.<sup>106</sup>

<sup>105</sup> Tribun News, "Tambah Daya Tarik Wisata, Kelompok Anak Muda Tebar Ribuan Ikan Koi dan Nila di Subak Jatiluwih", Des. 22, 2020, <https://tinyurl.com/muxh2j28>

<sup>106</sup> Yastini, N. N., Et. al., "Analisis usahatani beras merah di Subak Srinadi Desa Senganan Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan", *dwijenAGRO*, 13(2), 2023, <https://tinyurl.com/55d82975>

Produk turunan beras merah yang saat ini sedang naik daun adalah teh beras merah Jatiluwih yang laris manis sebagai oleh-oleh khas Jatiluwih. Petani beras merah di Tabanan sedang semringah sebab beras merah yang disulap menjadi teh beras merah jadi primadona hingga tinggi permintaan.<sup>107</sup>

### 5.11.5 Peran Perempuan dalam Komunitas



Perempuan dalam Subak Jatiluwih  
(Sumber: benarnews.org)

Partisipasi perempuan dalam sistem ini memperkuat peran sosial mereka dalam komunitas dan meningkatkan kesetaraan gender di wilayah tersebut.

Dalam satu subak terdapat beberapa tempat suci, seperti Pura Bedugul dan Pura Ulun Carik. Ritualnya umumnya dipersiapkan dan dilaksanakan oleh perempuan subak, sementara laki-laki hanya menyiapkan tempat upacara. Perempuan juga aktif di lahan pertanian, mulai dari pembibitan hingga pemasaran produk, sehingga peran mereka dalam ritual dan aktivitas pertanian sangat terkait.<sup>108</sup>

### 5.11.6 SROI



Studi Kasus pada DTW Jatiluwih Tabanan Bali (skala desa), setiap Rp 1,- investasi yang dikeluarkan menghasilkan rasio SROI sebesar 1: 29,35\*.<sup>109 110 111</sup>

\*Catatan: perhitungan SROI ini menggunakan beberapa asumsi dasar dan tanpa memasukkan hitungan NPV (5 tahun) yang didapatkan pada saat FGD dengan pengelola DTW Jatiluwih Bali. Perlu dilakukan riset lanjutan untuk mendapatkan nilai SROI yang lebih akurat

<sup>107</sup> Nusa Bali, "Konsumsi Teh di Indonesia Menurun", Okt. 19, 2018, <https://tinyurl.com/4jfrh65a>

<sup>108</sup> Universitas Kristen Satya Wacana, "Perempuan Bali dalam Ritual Subak", <https://tinyurl.com/ytp5x5vk>

<sup>109</sup> Pengelola DTW Jatiluwih, 2024

<sup>110</sup> Adi, dkk., 2022

<sup>111</sup> Radar Bali, 2024

Kategori	Investasi Sosial
Biaya operasional DTW Jatiluwih/tahun	Rp 1.180.000.000
Biaya operasional pelatihan dan pengembangan/tahun	Rp 120.000.000
Biaya dukungan ke petani	Rp 700.000.000
<b>Total Investasi Sosial</b>	<b>Rp 2.000.000.000</b>
Kategori	Dampak Sosial
Dukungan untuk kegiatan keagamaan dan ritual (bantuan untuk iuran dalam kegiatan keagamaan dan kesenian)	Rp 2.310.000.000
Pelatihan bagi masyarakat setempat dan penduduk yang terdampak (pelatihan bahasa Inggris, <i>tour guide</i> , akomodasi pariwisata)	Rp 240.000.000
Pendapatan <i>off-farm</i> (tenaga kerja DTW, <i>café</i> , dan <i>homestay</i> )	Rp 7.493.000,000
Pendapatan petani (pemertahanan dan pelestarian usaha tani) secara keseluruhan	Rp 47.950.000.000
Subsidi ke petani (Pupuk)	Rp 700.000.000
<b>Dampak Sosial dari Investasi</b>	<b>Rp 58.693.600.000</b>

### 5.12 Dampak Lingkungan Studi Kasus 4 – Subak Bali (Jatiluwih)



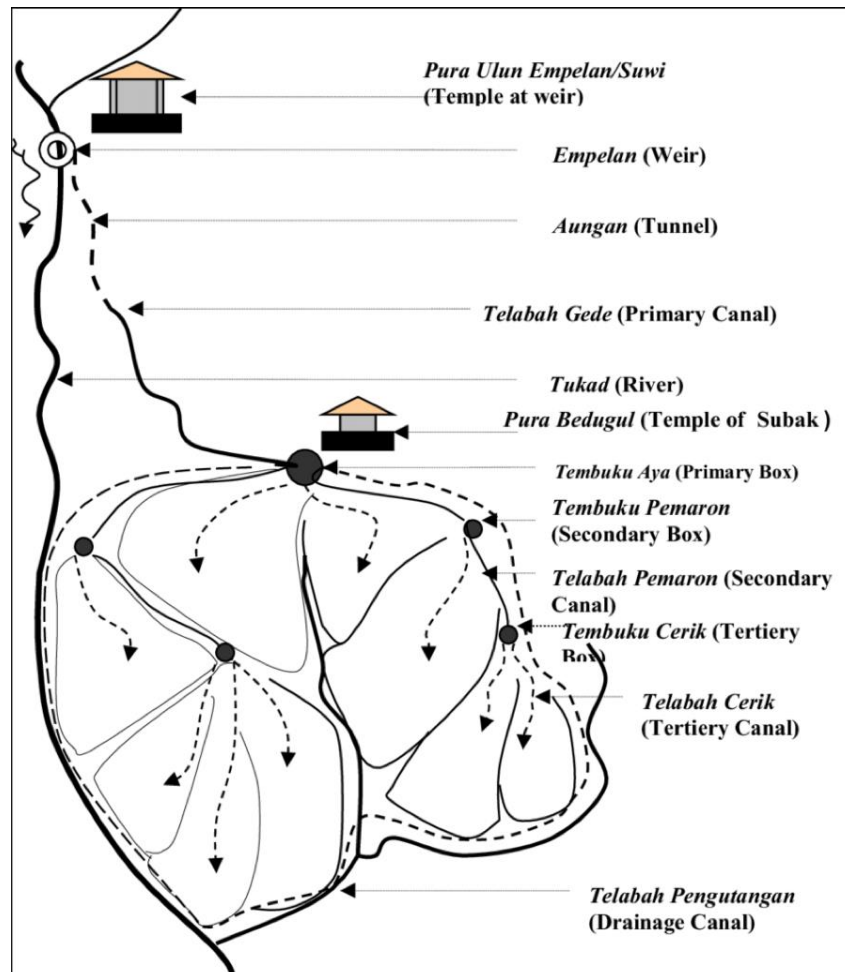
Hasil FGD dan studi dokumen menemukan beberapa dampak lingkungan sebagai berikut:

1. Pengelolaan Air Bersih dengan Sistem Irigasi
2. Menjaga Kesuburan Tanah
3. Pengelolaan 3R
4. Menjaga Kualitas Udara
5. Mengurangi Alih Fungsi Lahan Pertanian
6. Menjaga Kebersihan Lingkungan Desa

### 5.12.1 Pengelolaan Air Bersih dengan Sistem Irigasi

Subak adalah contoh yang baik bagi negara lain karena sistem pengelolaan air ini menawarkan cara yang efektif dan berkelanjutan.

Sebagai kearifan lokal Indonesia tentang praktik pertanian berkelanjutan, dengan sistem climate smart agriculture (CSA), yang menjadi upaya adaptasi dan mitigasi perubahan iklim, subak juga telah diakui dunia.<sup>112</sup>



Skema Irigasi Subak<sup>113</sup>

#### Distribusi Air:

Distribusi air dilakukan dengan mengalirkan air dari sumber utama melalui saluran dan terowongan ke lahan pertanian. Penggunaan air diatur oleh sistem tektek, yang menentukan jumlah air yang diterima oleh masing-masing petani. Jika pasokan air tidak cukup, sistem rotasi diterapkan dengan membagi area subak menjadi beberapa bagian yang menerima air secara bergiliran. Pada musim hujan, semua petani dapat bercocok tanam secara bersamaan, sedangkan pada musim kering, penjadwalan tanam diatur dengan cermat untuk menghemat pemakaian air.

<sup>112</sup> Media Indonesia, "UNESCO Minta Indonesia Pertahankan Subak Jadi Pemanfaatan Air Berbasis Kearifan Lokal Bali", Mei 22, 2024, <https://tinyurl.com/t77bjnka>

<sup>113</sup> Norken, I. N., "Efforts to preserve the sustainability of Subak irrigation system in Denpasar City, Bali Province, Indonesia", *MATEC Web of Conferences*, 276, 04002, 2019, <https://tinyurl.com/3narr9ze>

### Manfaat Penghematan Air:

Manfaat penghematan air antara lain melalui rotasi dan pengaturan tanam, yang mengoptimalkan distribusi air agar mencakup seluruh area secara adil. Selain itu, penggunaan air yang efisien dapat membantu menghindari pemborosan dengan mengatur aliran air secara merata, sehingga semua petani mendapat pasokan yang cukup dan tidak terjadi kelebihan pemakaian.



Subak Jatiluwih (Sumber: wikipedia.org)

Penggunaan air limbah untuk irigasi tanah dalam jangka panjang dapat menyebabkan akumulasi berat logam di tanah, dibandingkan dengan tanah yang menggunakan air aliran untuk irigasi. Akumulasi logam berat pada tanaman pangan dapat menimbulkan masalah kesehatan serius akibat potensi risiko kesehatan masyarakat.<sup>114</sup>

### 5.12.2 Menjaga Kesuburan Tanah

Untuk meningkatkan kesuburan tanah, petani di Subak Jatiluwih melakukan beberapa langkah:

- Menghancurkan dan mengembalikan jerami serta akar ke tanah untuk memperbaiki biomassa dan menyediakan bahan kompos.
- Mengairi tanah dengan air irigasi yang mengandung mineral vulkanik, ditambah kotoran dan urine sapi untuk mempercepat proses pembusukan.
- Membajak tanah menggunakan alat tenggala dan lampid yang ditarik oleh sapi untuk membolak-balikan dan meratakan tanah.
- Menggunakan kayu dan sapi untuk membuat lubang-lubang di tanah, memungkinkan zat organik larut dan mendistribusikan nutrisi.
- Membersihkan pematang sawah dari rumput liar.<sup>115</sup>



Usaha meningkatkan kesuburan tanah di Subak Jatiluwih

### 5.12.3 Pengelolaan 3R

Mahasiswa Universitas Pendidikan Nasional yang menggelar Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Jatiluwih, Tabanan merasa takjub dengan suasana dan lingkungan desa yang asri dan terjaga kebersihannya. Para mahasiswa tersebut pun tertarik mengetahui bagaimana Desa Jatiluwih Tabanan menerapkan *Waste Management* yang baik dalam menjaga kebersihan desanya.

<sup>114</sup> Jan, F. A., Et. al., "A comparative study of human health risks via consumption of food crops grown on wastewater irrigated soil (Peshawar) and relatively clean water irrigated soil (lower dir)", *Journal of Hazardous Materials*, 179(1-3), 2010, <https://tinyurl.com/3rys3jx4v>

<sup>115</sup> Universitas Brawijaya, <https://tinyurl.com/56j9cyut>

Melalui wawancara yang digelar mahasiswa, Desa Jatiluwih Tabanan telah menerapkan sistem TPS3R serta memiliki fasilitas yang dapat menunjang pelaksanaannya. TPS3R sendiri merupakan kepanjangan dari Tempat Pengelolaan Sampah *Reduce, Reuse, Recycle*.<sup>116</sup>

TPS3R di Desa Jatiluwih mengurangi pencemaran lingkungan dan menghasilkan produk bernilai ekonomis dari sampah yang diolah.

Selain itu, TPS3R berfungsi sebagai bank sampah, memungkinkan masyarakat mendapatkan pendapatan tambahan dari sampah yang mereka kumpulkan.

Inisiatif ini diharapkan menjadi contoh bagi desa lain untuk meningkatkan kesadaran dan kebiasaan menjaga kebersihan lingkungan.

Selain itu Desa Jatiluwih juga memiliki aturan yang tegas tentang kebersihan, perlindungan, dan pengelolaan lingkungan hidup. Jika dilanggar, aparat desa tidak segan memberikan sanksi mulai dari sanksi denda uang tunai sampai dengan sanksi tidak mendapatkan pelayanan administrasi apa pun dari pemerintah desa Jatiluwih.<sup>117</sup>

Denda dalam Perdes No. 8 tahun 2017 tentang Kebersihan, Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup di Desa Jatiluwih:

1. **Membuang Sampah Sembarangan:** Rp 25.000.
2. **Membuang Limbah ke Saluran Air Sungai:** Rp 50.000.
3. **Pengusaha Membuang Limbah Padat dan Cair ke Saluran Irigasi:** Rp 75.000.
4. **Menaruh Barang di Jalan dan Trotoar:** Rp 75.000.
5. **Membuang Wadah Pestisida Sembarangan:** Rp 25.000.
7. **Membuang Limbah Ternak:** Rp 75.000.

Jika denda tidak dibayar, pelanggar akan kehilangan akses ke pelayanan administrasi dari pemerintah desa.

### 5.12.4 Menjaga Kualitas Udara

Desa Jatiluwih memiliki wilayah seluas 2.233 Ha. Penggunaan tanah pada wilayah Desa Jatiluwih menurut data adalah sebagai berikut :

- Tanah sawah seluas: 303 Ha
- Tanah Tegalan: 813.999 Ha
- Tanah Pekarangan: 24 Ha
- Hutan: 1.057 Ha
- Lain-lain: 60 Ha

Lahan-lahan hijau ini berkontribusi pada tingkat pengurangan karbon dioksida (*Co2 removal rate*).<sup>118</sup>

Tanah sawah mampu mengurangi 0.8 - 15.6 ton Co2/ha/tahun, hutan alam: 9.1-18.8 ton Co2/ha/tahun, Hutan buatan 4.5 - 40.7 ton Co2/ha/tahun.<sup>119</sup>

Desa Jatiluwih dengan sistem subaknya berpotensi mengurangi tingkat emisi Karbon Dioksida sebesar:

- Tanah sawah: 242 - 4.727 ton Co2/ha/tahun
- Tanah Tegalan: 3.663 - 33.130 ton Co2/ha/tahun
- Tanah Pekarangan: 108 - 977 ton Co2/ha/tahun
- Hutan: 96.187 - 198.716 ton Co2/ha/tahun.

Atau total berpotensi mengurangi emisi sebesar hampir **237.550 ton Co2/ha/tahun**.<sup>120</sup>

<sup>116</sup> Academiamu Indonesia Timur, "KKN Desa Jatiluwih Universitas Pendidikan Nasional, Menelisk Rahasia Lestarnya Lingkungan Jatiluwih", Feb. 5, 2023, <https://tinyurl.com/5e4ssbha>

<sup>117</sup> LSM Shind Jogja, "Desa Jatiluwih Buat Perdes dan TPS3R Atasi Sampah", Agu. 3, 2017, <https://tinyurl.com/2k42nfwu>

<sup>118</sup> Desa Jatiluwih, "Gambaran Umum Desa", Jul. 29, 2023, <https://tinyurl.com/ya985yfx>

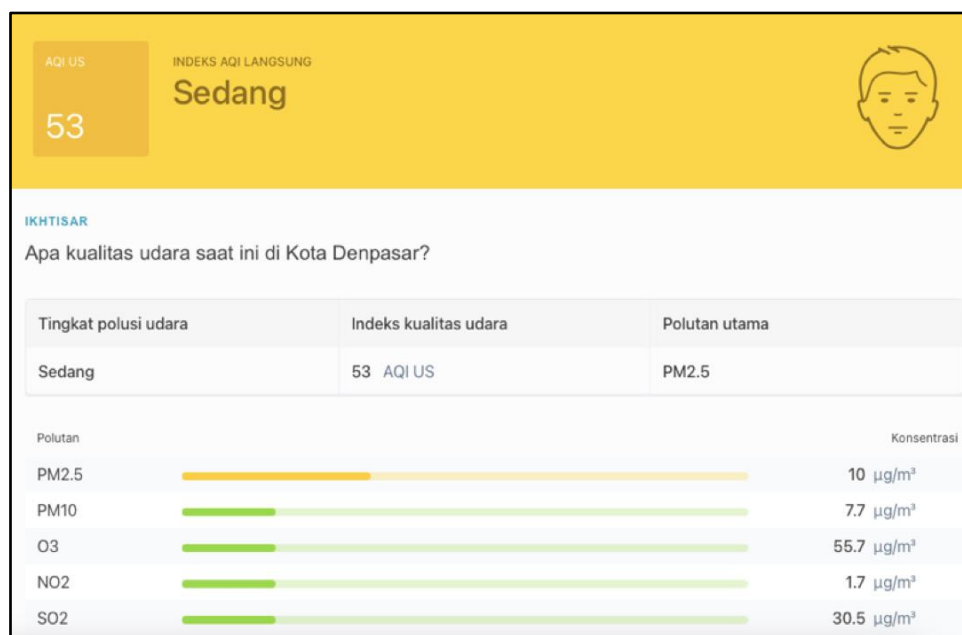
<sup>119</sup> One Tree Planted, "How Much CO2 Does a Tree Absorb?", Jul. 25, 2023, <https://tinyurl.com/5n8k9m67>

<sup>120</sup> Rennert, K., Et. al., "Comprehensive evidence implies a higher social cost of CO2", *Nature*, 610(7933), 2022, <https://tinyurl.com/4v4rxvcz>

Pengurangan emisi Co2/ton memiliki potensi keekonomian US\$185 per ton, maka Desa Jatiluwih mempunyai potensi ekonomi karbon sebesar US\$43,946,750/tahun atau sekitar Rp 675 miliar per tahun (untuk 1 desa).



Kualitas udara di Tabanan (Sumber: iqair.com)



Kualitas udara di Denpasar (Sumber: iqair.com)

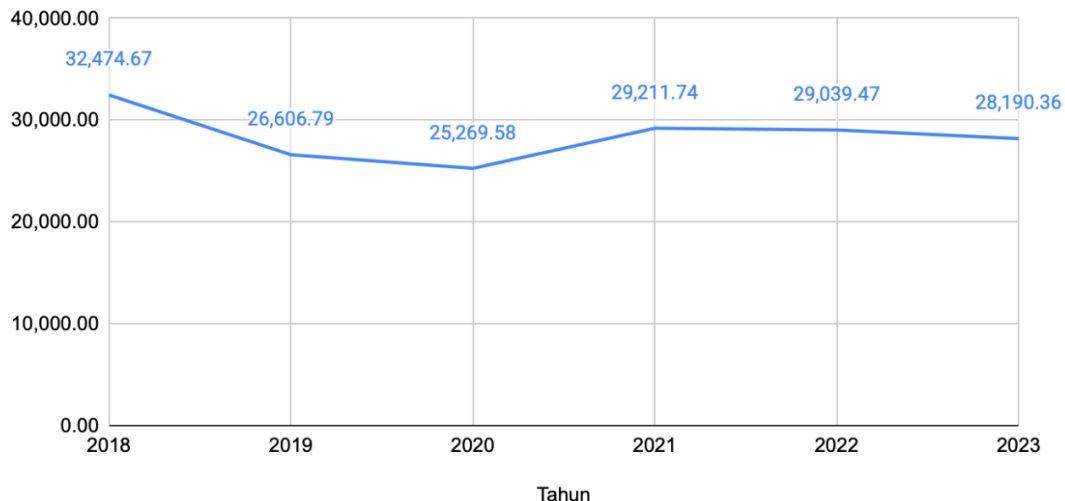
Gambar di atas menunjukkan kualitas udara yang baik di Tabanan yang merupakan daerah dengan jumlah subak paling tinggi. Sedangkan Denpasar yang merupakan daerah dengan jumlah subak paling rendah memiliki kualitas udara yang tidak sebaik di Tabanan.

### 5.12.5 Mengurangi Alih Fungsi Lahan Pertanian

Awig-awig (peraturan) Subak Jatiluwih Pasedahan Yeh Ho Tahun 2016 pada Pawos 5 menyebutkan bahwa siapa pun yang menjual sawah pada areal Subak Jatiluwih harus melapor kepada pengurus subak, dan yang membeli tidak diperbolehkan mengubah kegunaan sawah tersebut. Hal ini berarti warga subak masih diperkenankan menjual lahan persawahan sepanjang pemanfaatannya tetap sebagai lahan pertanian sehingga alih fungsi lahan pertanian dapat berkurang.<sup>121</sup>

#### Tidak ada alih fungsi lahan pertanian karena Subak

Luas Panen Padi (Ha) di Kabupaten Tabanan (2018-2019)<sup>122</sup>



Kelompok/tempek pengelola subak di Desa Jatiluwih

No.	Nama Kelompok/Tempek	Jumlah Anggota (orang)	Luas Pengelolaan (hektare)
1.	Telabah Gede	110	131
2.	Besi Kalung	55	46
3.	Kedamaian	60	56
4.	Uma Dwi	40	21,7
5.	Kesambi	43	11
6.	Gunung Sari	57	37
7.	Umakayu	30	36

Dari total luas lahan pertanian di Subak Jatiluwih yakni mencapai 303 Ha, hanya sekitar 227,41 Ha yang masih aktif untuk ditanami padi.

Sedangkan sisanya seluas dua Ha sengaja dikeringkan untuk alih fungsi lahan serta berkurang karena faktor bencana alam seperti longsor.<sup>123</sup>

<sup>121</sup> Dewa Ayu Diyah Sri Widari, "Implementasi Tri Hita karena Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Jatiluwih, Tabanan", *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 9(1), 2024, <https://tinyurl.com/3j4n7fnh>

<sup>122</sup> Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, "Luas Panen Padi per Bulan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Bali (Hektar), 2023", Apr. 1, 2024, <https://tinyurl.com/ywcn3atu>

<sup>123</sup> Pantau Bali, "Subak Jatiluwih Terancam Dicabut Sebagai WBD Akibat Alih Fungsi Lahan, Ini Tanggapan Pekaseh hingga Pemda Tabanan", Mei 24, 2024, <https://tinyurl.com/5n8aeb8r>

### 5.12.6 Menjaga Kebersihan Lingkungan Desa



TPS3R Desa Jatiluwih (Sumber: [indonesiatimur.academiamu.com](http://indonesiatimur.academiamu.com))



Pabrik Pengolahan Limbah Jatiluwih (Sumber: [Bisnis.com](http://Bisnis.com))

Manajemen Operasional telah melakukan berbagai upaya untuk menjaga kebersihan lingkungan di sekitar areal Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Setiap hari karyawan dari divisi kebersihan dan pertamanan membersihkan sampah yang terdapat di sekitar areal daya tarik wisata. Di samping itu, karyawan divisi kebersihan dan pertamanan juga melakukan pemotongan rumput setiap sebulan sekali di sepanjang jalan menuju lokasi daya tarik wisata dan sepanjang jalur *tracking*.

Selain itu, untuk memudahkan wisatawan yang ingin membuang sampah, Manajemen Operasional juga menyediakan tempat sampah di sekitar Daya Tarik Wisata Jatiluwih yaitu di sepanjang jalur *tracking* dan di Tugu Penetapan Subak Jatiluwih sebagai bagian dari Warisan Budaya Dunia. Pada masing-masing lokasi disediakan dua tempat sampah untuk tempat sampah organik dan tempat sampah non organik.

Dalam mengatasi permasalahan sampah rumah tangga dan usaha-usaha pariwisata dilakukan dengan pengembangan TPS3R yang difungsikan sebagai bank sampah Desa Jatiluwih untuk pengolahan sampah dari rumah tangga, maupun sampah yang ditimbulkan dari aktivitas usaha pariwisata seperti restoran, warung makan, *homestay* dan usaha lainnya. Petugas divisi kebersihan dan pertamanan setiap pagi juga melakukan kegiatan untuk mengumpulkan sampah-sampah tersebut dan mengangkutnya ke TPS3R untuk selanjutnya dilakukan pemilahan antara sampah organik dan sampah non organik.

#### Dilakukan oleh Petugas

Contoh kegiatan yang dilakukan oleh petugas, seperti: membersihkan sampah di sekitar area wisata setiap hari, memotong rumput setiap bulan di sepanjang jalan menuju lokasi wisata dan jalur *tracking*, serta menyediakan dan mengelola tempat sampah di lokasi wisata. Selain itu, petugas juga mengumpulkan dan mengangkut sampah ke Tempat Pembuangan Sementara (TPS) 3R setiap pagi, serta memastikan fasilitas pariwisata memiliki penampungan limbah cair yang memadai dan memisahkan limbah minyak dari sisa makanan.

#### Dilakukan oleh Masyarakat

Masyarakat dan wisatawan diharapkan untuk membuang sampah pada tempat yang telah disediakan, sementara pemilik usaha pariwisata, seperti restoran, warung makan, dan *homestay*, bertanggung jawab untuk menyediakan penampungan limbah cair dan memisahkan jenis limbah yang dihasilkan. Selain itu, masyarakat yang memiliki usaha pariwisata juga diharapkan memanfaatkan sisa makanan sebagai pakan ternak babi, guna mengurangi sampah organik yang dihasilkan.



Gotong royong membersihkan desa (Sumber: [jatiluwih.desa.id](http://jatiluwih.desa.id))

### Gotong royong membersihkan desa

Pemerintah Desa Jatiluwih mengadakan kegiatan bersih-bersih sampah plastik di Daerah Aliran Sungai Yeh Hoo Gunungsari sebagai bagian dari peringatan Bulan Bung Karno ke V tahun 2023.

Kegiatan ini melibatkan perangkat desa, ketua BPD, LPM, dan pengurus Bumdesa untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan memilah sampah plastik. Kegiatan ini akan dilanjutkan di TPS3R Jatiluwih pada 23 Juni 2023.



### Gotong Royong membersihkan saluran irigasi

Dalam rangka perayaan Tumpek Kandang/Tumpek Uye sesuai Instruksi Gubernur Bali No 10 Tahun 2022, Perbekel Desa Jatiluwih bersama perangkat desa, BPD, dan Bumdes melaksanakan persembahyangan di Padmasana kantor desa dan pemungutan sampah plastik di saluran irigasi DAS Jatiluwih. Perayaan ini, yang dilakukan setiap enam bulan pada hari Saniscara Kliwon wuku Uye, merupakan ungkapan terima kasih umat Hindu terhadap binatang peliharaan dan ternak yang telah berkontribusi dalam kehidupan manusia.

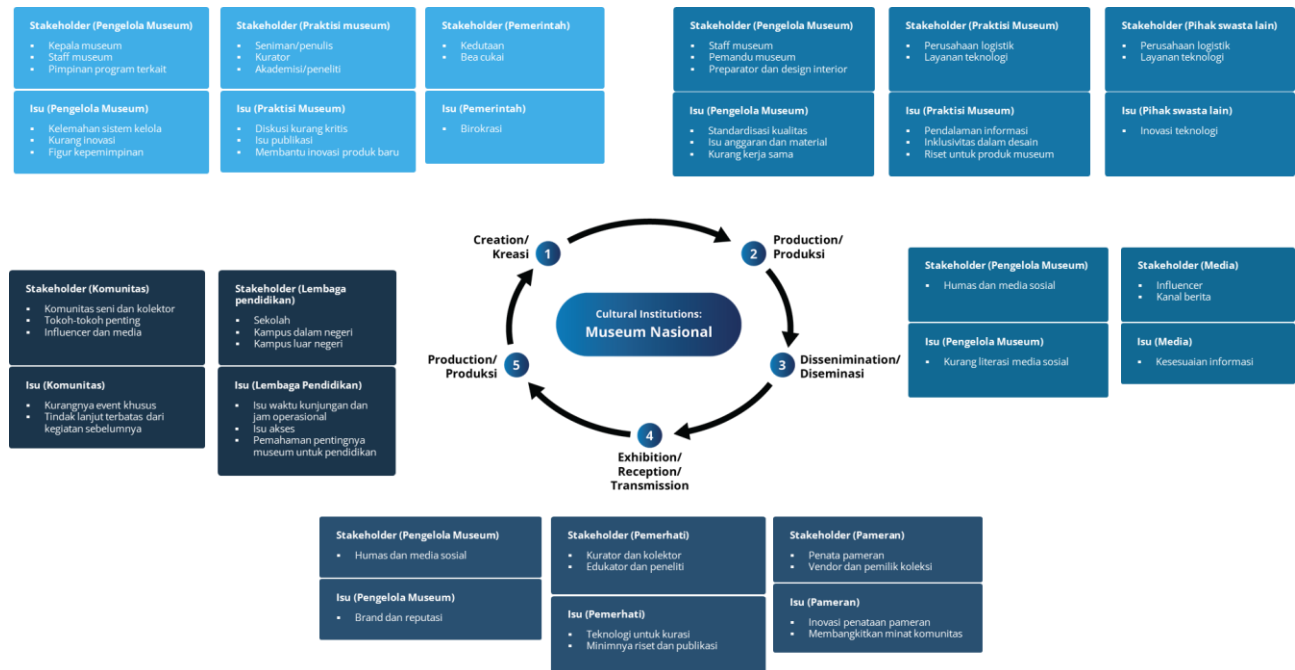
Gotong royong membersihkan saluran irigasi

### 5.13 Hasil Studi

#### Framework 1 dan 2 – Museum Nasional

Pada riset ini, penelitian juga mengajak masing-masing *stakeholders* untuk menggambarkan ekosistem keempat studi kasus untuk meninjau pola interaksi dari masing-masing *stakeholders*. Ekosistem disusun berdasarkan panduan pengelolaan aset budaya menurut UNESCO. Masing-masing aset di keempat studi kasus melahirkan dua *framework* yaitu *framework* pertama berupa siklus budaya (meliputi *stakeholders* dan isu terkait) serta *framework* kedua berupa interaksi *stakeholders* dan motivasinya.

#### Framework Siklus Budaya di Museum Nasional



Terdapat lima fase siklus budaya untuk Museum Nasional yaitu Kreasi (*Creation*), Produksi (*Production*), Diseminasi (*Dissemination*), dan *Exhibition/Reception/Transmission*

Pada fase pertama (Kreasi) *stakeholder* yang terlibat antara lain pengelola museum yang terdiri dari kepala museum, staf museum, dan pimpinan program terkait, praktisi museum yang terdiri dari seniman/penulis, kurator, dan akademisi/peneliti, serta pemerintah, yang terdiri dari kedutaan dan bea cukai.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu, baik dari sisi pengelola museum, praktisi museum, maupun dari sisi pemerintah. Dari sisi pengelola museum isu yang muncul antara lain kelemahan sistem kelola, kurangnya inovasi, dan kurangnya figur kepemimpinan. Dari sisi praktisi museum isu yang muncul antara lain diskusi yang kurang kritis, isu publikasi, dan membantu inovasi produk baru. Sedangkan dari sisi pemerintah terdapat isu yang terkait dengan birokrasi.

Pada fase Produksi *stakeholder* yang terlibat antara lain dari pengelola museum yang terdiri dari staf museum, pemandu museum, *preparator* dan desain interior. Dari sisi praktisi museum terdiri dari perusahaan logistik dan layanan teknologi. *Stakeholder* lain yang terlibat adalah pihak swasta lain yang terdiri dari perusahaan logistik dan layanan teknologi.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu, antara lain dari sisi pengelola museum terdapat isu standardisasi kualitas, isu anggaran dan material, dan kurangnya kerja sama. Dari sisi praktisi museum terdapat isu antara lain pendalaman informasi, inklusivitas dalam desain dan riset untuk produk museum. Sedangkan dari sisi pihak swasta lain terdapat isu inovasi teknologi.

Pada fase Diseminasi, *stakeholder* yang terlibat antara lain Humas dan media sosial di sisi pengelola museum dan *influencer* dan kanal berita dari sisi media. Pada fase ini terdapat sejumlah isu antara lain kurangnya literasi media sosial di sisi pengelola museum dan isu kesesuaian informasi di sisi media.

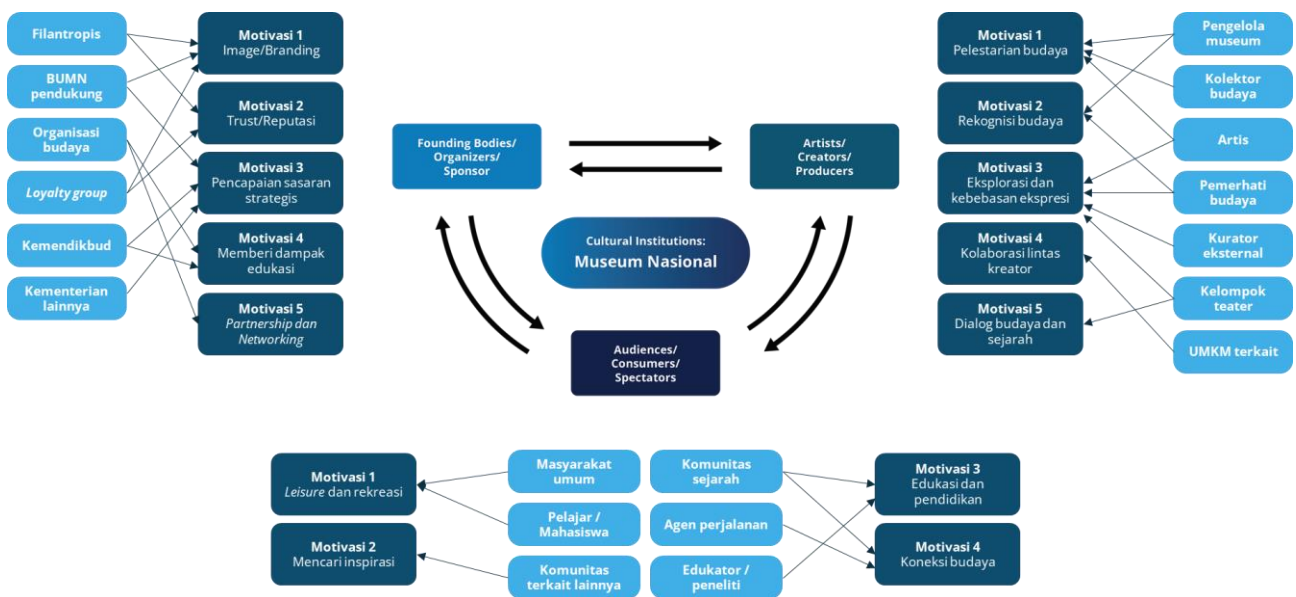
Pada fase *Exhibition/Reception/Transmission*, *stakeholder* yang terlibat antara lain humas dan media sosial dari sisi pengelola museum, kurator dan kolektor serta edukator dan peneliti dari sisi pemerhati, dan penata pameran serta vendor dan pemilik koleksi dari sisi pameran.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu antara lain isu *brand* dan reputasi (dari sisi pengelola museum), teknologi untuk kurasi dan minimnya riset dan publikasi di sisi pemerhati, dan isu inovasi penataan pameran dan membangkitkan minat komunitas pada sisi pameran.

Pada fase Produksi *stakeholder* yang terlibat antara lain *stakeholder* dari komunitas yang terdiri dari komunitas seni dan kolektor, tokoh-tokoh penting, *influencer* dan media. *Stakeholder* dari lembaga pendidikan terdiri dari sekolah, kampus dalam negeri, dan kampus luar negeri.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu antara lain kurangnya *event* khusus dan tindak lanjut terbatas dari kegiatan sebelumnya dari sisi komunitas. Dari sisi lembaga pendidikan isu yang muncul antara lain isu waktu kunjungan dan jam operasional, isu akses, dan pemahaman pentingnya museum untuk pendidikan.

**Framework Interaksi Pemangku Kepentingan dan Motivasi di Museum Nasional**



Terdapat tiga jenis *stakeholder* utama pada institusi budaya Museum Nasional yakni *Founding Bodies/Organizers/Sponsor*, *Artists/Creators/Producers*, dan *Audiences/Consumers/Spectators*. Masing-masing *stakeholder* tersebut saling memiliki hubungan timbal balik.

Pada kategori *Founding Bodies/Organizers/Sponsor* terdapat *stakeholder* antara lain Filantropis, BUMN pendukung, Organisasi budaya, *loyalty group*, Kemendikbud, dan kementerian lainnya.

Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Misalnya Filantropis memiliki motivasi untuk *image/branding*, dan reputasi (*trust*). BUMN pendukung mungkin memiliki motivasi untuk *image/branding* dan pencapaian sasaran strategis. Organisasi budaya dapat memiliki motivasi untuk memberi dampak edukasi dan *partnership* dan *networking*. *Loyalty group* memiliki motivasi untuk *image/branding* dan reputasi (*trust*). Sedangkan Kemendikbud memiliki motivasi untuk pencapaian sasaran

strategis dan memberi dampak edukasi, dan kementerian lainnya memiliki motivasi untuk pencapaian sasaran strategis.

Pada kategori *Artists/Creators/Producers* terdapat *stakeholder* antara lain pengelola museum, kolektor budaya, artis, pemerhati budaya, kurator eksternal, kelompok teater, dan UMKM terkait.

Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Misalnya pengelola museum memiliki motivasi untuk pelestarian budaya dan rekognisi budaya, sedangkan kolektor budaya memiliki motivasi untuk pelestarian budaya. Artis dapat memiliki motivasi pelestarian budaya dan eksplorasi dan kebebasan ekspresi. Pemerhati budaya mungkin memiliki motivasi rekognisi budaya dan eksplorasi dan kebebasan ekspresi. Motivasi eksplorasi dan kebebasan ekspresi juga mungkin dimiliki oleh kurator eksternal dan kelompok teater. Selain memiliki motivasi eksplorasi dan kebebasan ekspresi, kelompok teater juga dapat memiliki motivasi dialog budaya dan sejarah. Sedangkan *stakeholder* UMKM terkait memiliki motivasi kolaborasi lintas kreator.

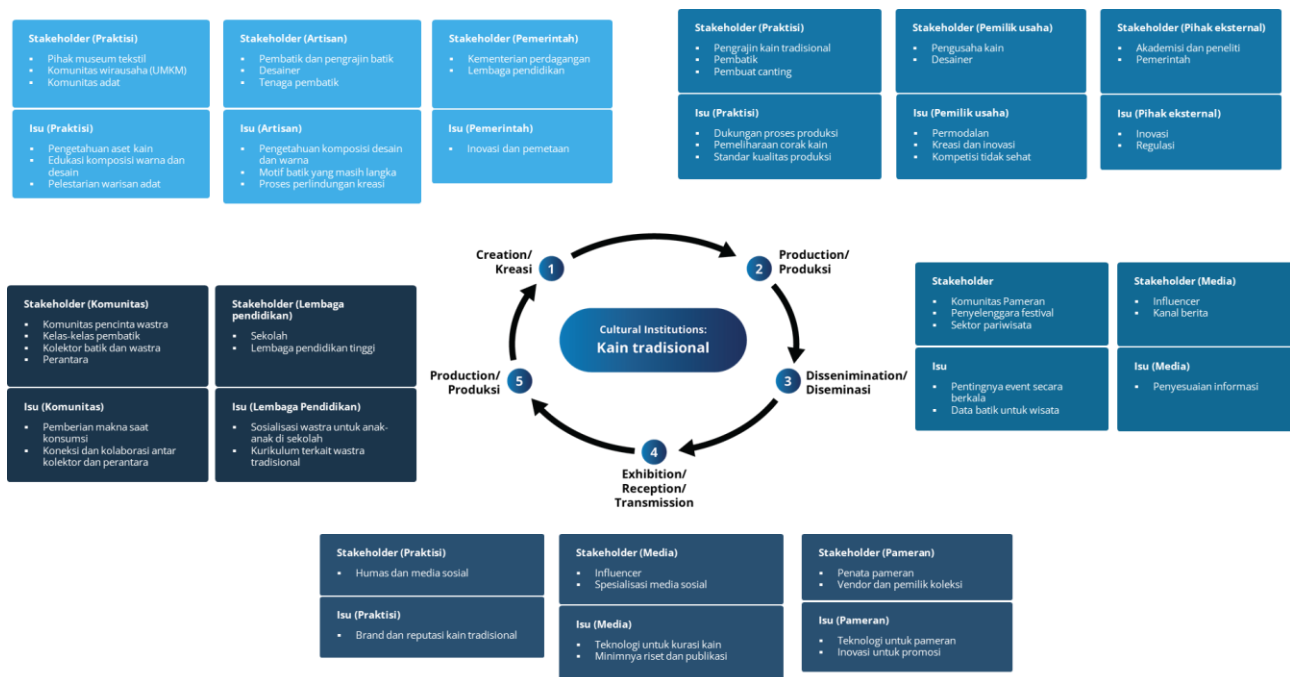
Pada kategori *Audiences/Consumers/Spectators* terdapat *stakeholder* antara lain masyarakat umum, pelajar/mahasiswa, komunitas sejarah, komunitas terkait lainnya, agen perjalanan, dan edukator/peneliti.

Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Masyarakat umum memiliki motivasi untuk *leisure* dan rekreasi. Mahasiswa juga memiliki motivasi yang sama yakni untuk *leisure* dan rekreasi. Motivasi kedua yaitu untuk mencari inspirasi dimiliki oleh komunitas terkait lainnya. Sedangkan komunitas sejarah memiliki motivasi untuk edukasi dan pendidikan dan koneksi budaya. Agen perjalanan memiliki motivasi untuk koneksi budaya, dan edukator/peneliti memiliki motivasi untuk edukasi dan pendidikan.

### 5.14 Hasil Studi

#### Framework 1 dan 2 – Kain Tradisional

Framework Siklus Budaya di Kain Tradisional



Seperti halnya pada Museum Nasional, terdapat lima fase dalam siklus budaya untuk kain tradisional, yaitu Kreasi (*Creation*), Produksi (*Production*), Diseminasi (*Dissemination*), *Exhibition/Reception/Transmission*, dan Produksi (*Production*).

Pada fase pertama (Kreasi) *stakeholder* yang terlibat antara lain praktisi, yang terdiri dari pihak museum tekstil, komunitas wirausaha (UMKM), dan komunitas adat, artisan, yang terdiri dari pembatik dan pengrajin batik, desainer, dan tenaga pembatik, dan pemerintah, yang terdiri dari kementerian perdagangan dan lembaga pendidikan.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu yang dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Praktisi menghadapi isu pengetahuan aset kain, edukasi komposisi warna dan desain, dan pelestarian warisan adat. Artisan menghadapi isu pengetahuan komposisi desain dan warna, motif batik yang masih langka, dan proses perlindungan kreasi. Sedangkan pemerintah menghadapi isu inovasi dan pemetaan.

Pada fase Produksi *stakeholder* yang terlibat antara lain praktisi, pemilik usaha, dan pihak eksternal. Praktisi terdiri dari pengrajin kain tradisional, pembatik, dan pembuat canting. Pemilik usaha terdiri dari pengusaha kain dan desainer. Pihak eksternal terdiri dari akademisi dan peneliti, serta pemerintah.

Sejumlah isu dapat muncul dalam fase ini. Praktisi menghadapi isu dukungan proses produksi, pemeliharaan corak kain, dan standar kualitas produksi. Pemilik usaha menghadapi isu permodalan, kreasi dan inovasi, serta kompetisi tidak sehat. Sedangkan pihak eksternal menghadapi isu inovasi dan regulasi.

Pada fase Diseminasi, *stakeholder* yang terlibat antara lain komunitas pameran, penyelenggara festival, dan sektor pariwisata. Sedangkan *stakeholder* dalam kategori media terdiri dari *influencer* dan kanal berita.

Terdapat sejumlah isu pada fase ini antara lain pentingnya *event* secara berkala, dan data batik untuk wisata. Sedangkan *stakeholder* media menghadapi isu terkait penyesuaian informasi.

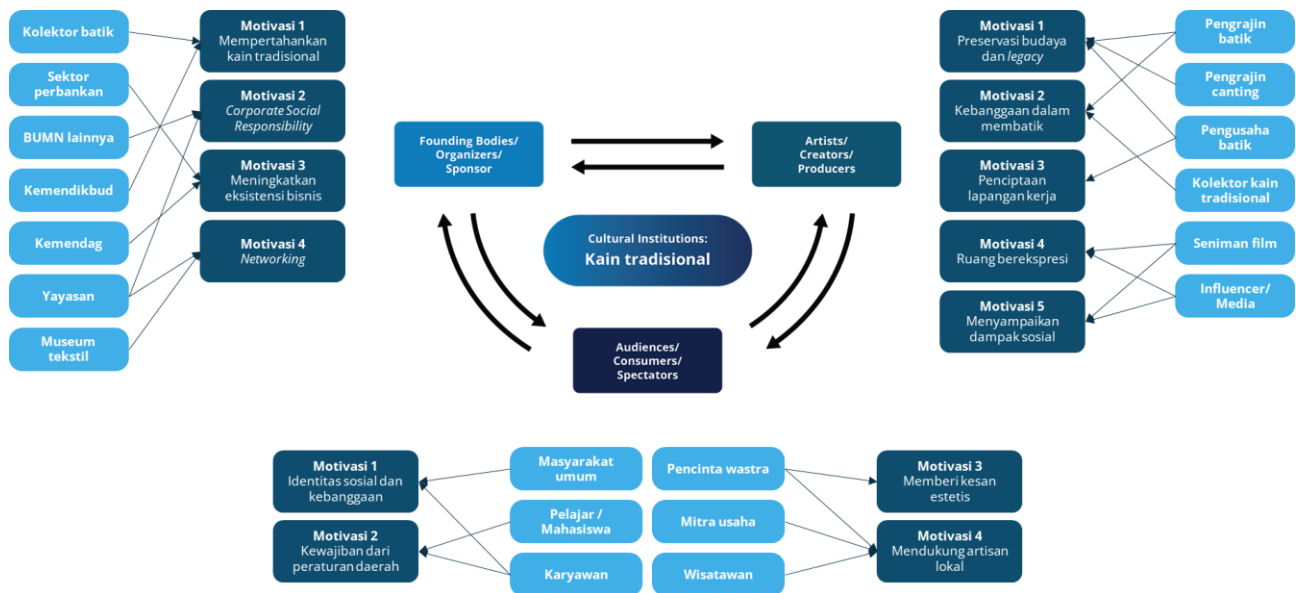
Pada fase *Exhibition/Reception/Transmission*, *stakeholder* yang terlibat antara lain humas dan media sosial di sisi praktisi, *influencer* dan spesialisasi media sosial di sisi media, dan penata pameran serta vendor dan pemilik koleksi di sisi pameran.

Terdapat sejumlah isu pada fase ini yang dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Praktisi menghadapi isu *brand* dan reputasi kain tradisional. Media menghadapi isu teknologi untuk kurasi kain dan minimnya riset dan publikasi. Sedangkan Pameran menghadapi isu teknologi untuk pameran dan inovasi untuk promosi.

Pada fase Produksi *stakeholder* yang terlibat antara lain *stakeholder* dari komunitas yang terdiri dari komunitas pecinta wastra, kelas-kelas pembatik, kolektor batik dan wastra, dan perantara. Sedangkan dari lembaga pendidikan terdiri dari sekolah dan lembaga pendidikan tinggi.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu yang dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Komunitas menghadapi isu pemberian makna saat konsumsi, dan koneksi dan kolaborasi antar kolektor dan perantara. Lembaga pendidikan menghadapi isu sosialisasi wastra untuk anak-anak di sekolah dan kurikulum terkait wastra tradisional.

**Framework Interaksi Pemangku Kepentingan dan Motivasi di Kain Tradisional**



Terdapat tiga jenis *stakeholder* utama pada institusi budaya kain tradisional yakni *Founding Bodies/Organizers/Sponsor*, *Artists/Creators/Producers*, dan *Audiences/Consumers/Spectators*. Masing-masing *stakeholder* tersebut saling memiliki hubungan timbal balik.

Pada kategori *Founding Bodies/Organizers/Sponsor* terdapat *stakeholder* antara lain kolektor batik, sektor perbankan, BUMN lainnya, Kemendikbud, Kemendag, yayasan, dan museum tekstil.

Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Kolektor batik memiliki motivasi untuk mempertahankan kain tradisional. Sektor perbankan memiliki motivasi untuk meningkatkan eksistensi bisnis. BUMN lainnya memiliki motivasi untuk *Corporate Social Responsibility*. Kemendikbud memiliki motivasi untuk mempertahankan kain tradisional, sedangkan Kemendag memiliki motivasi untuk meningkatkan eksistensi bisnis. Yayasan memiliki motivasi untuk *Corporate Social Responsibility* dan *networking*, sedangkan museum tekstil memiliki motivasi untuk *networking*.

Pada kategori *Artists/Creators/Producers* terdapat *stakeholder* antara lain pengrajin batik, pengrajin canting, pengusaha batik, kolektor kain tradisional, seniman film, dan *influencer/media*.

Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Pengrajin batik memiliki motivasi untuk preservasi budaya dan *legacy*, serta kebanggaan dalam membatik. Pengrajin canting memiliki motivasi untuk preservasi budaya dan *legacy*. Pengusaha batik juga memiliki motivasi preservasi budaya dan *legacy*, serta motivasi untuk penciptaan lapangan kerja. Kolektor kain tradisional memiliki motivasi kebanggaan dalam membatik. Sedangkan seniman film memiliki motivasi ruang berekspresi dan menyampaikan dampak sosial. Demikian pula *Influencer/media* memiliki motivasi untuk ruang berekspresi dan menyampaikan dampak sosial.

Pada kategori *Audiences/Consumers/Spectators* terdapat *stakeholder* antara lain masyarakat umum, pelajar/mahasiswa, karyawan, pencinta wastra, mitra usaha, dan wisatawan.

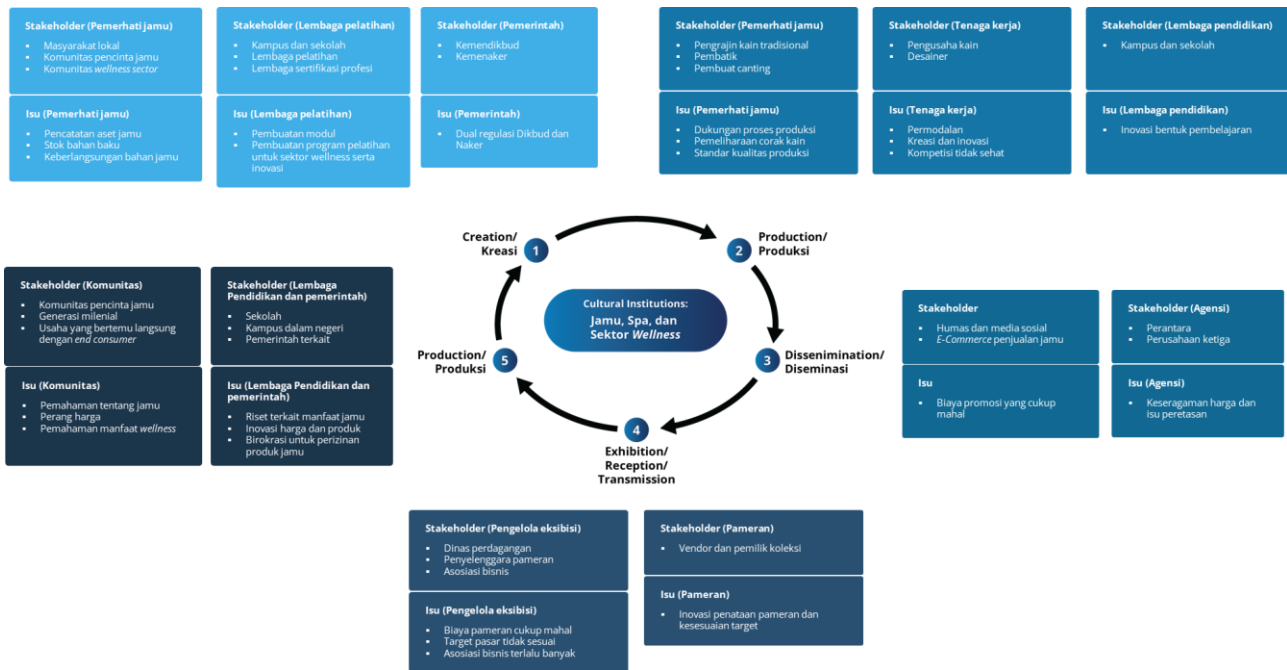
Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Masyarakat umum memiliki motivasi untuk identitas sosial dan kebanggaan. Pelajar/mahasiswa memiliki motivasi kewajiban dari peraturan daerah. Karyawan memiliki motivasi identitas sosial dan kebanggaan, dan kewajiban dari peraturan daerah. Pencinta wastra memiliki motivasi untuk memberi kesan estetik dan mendukung artisan

lokal. Sedangkan mitra usaha memiliki motivasi untuk mendukung artisan lokal, dan wisatawan memiliki motivasi untuk mendukung artisan lokal.

### 5.15 Hasil Studi

#### Framework 1 dan 2 – Jamu, Spa, dan Kebugaran

##### Framework Siklus Budaya di Jamu Tradisional



Terdapat lima fase siklus budaya untuk Jamu, Spa, dan Kebugaran yaitu Kreasi (*Creation*), Produksi (*Production*), Diseminasi (*Dissemination*), Exhibition/Reception/Transmission, dan Produksi (*Production*).

Pada fase Kreasi, *stakeholder* yang terlibat antara lain pemerhati jamu yang terdiri dari masyarakat lokal, komunitas pencinta jamu, dan komunitas di sektor *wellness*, lembaga pelatihan yang terdiri dari kampus dan sekolah, lembaga pelatihan, dan lembaga sertifikasi profesi, dan pemerintah yang terdiri dari Kemendikbud dan Kemenaker.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu yang dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Pemerhati jamu menghadapi isu seperti pencatatan aset jamu, stok bahan baku, dan keberlangsungan bahan jamu. Lembaga pelatihan menghadapi isu seperti pembuatan modul, dan pembuatan program pelatihan untuk sektor *wellness* serta inovasi. Sedangkan pemerintah menghadapi isu regulasi ganda antara Kemendikbud dan Kemenaker.

Pada fase Produksi, *stakeholder* yang terlibat antara lain pemerhati jamu, tenaga kerja, dan lembaga pendidikan. Isu yang dihadapi pemerhati jamu seperti dukungan proses produksi, pemeliharaan corak kain, dan standar kualitas produksi. Isu yang dihadapi oleh tenaga kerja seperti permodalan, kreasi dan inovasi, serta kompetisi tidak sehat. Isu yang dihadapi lembaga pendidikan adalah isu inovasi bentuk pembelajaran.

Pada fase Diseminasi *stakeholder* yang terlibat antara lain humas dan media sosial, serta *e-commerce* penjualan jamu. Selain itu terdapat *stakeholder* dari agensi yang terdiri dari perantara dan perusahaan ketiga.

Pada fase ini isu yang dihadapi antara lain biaya promosi yang cukup mahal. Di sisi agensi menghadapi isu keseragaman harga dan isu peretasan.

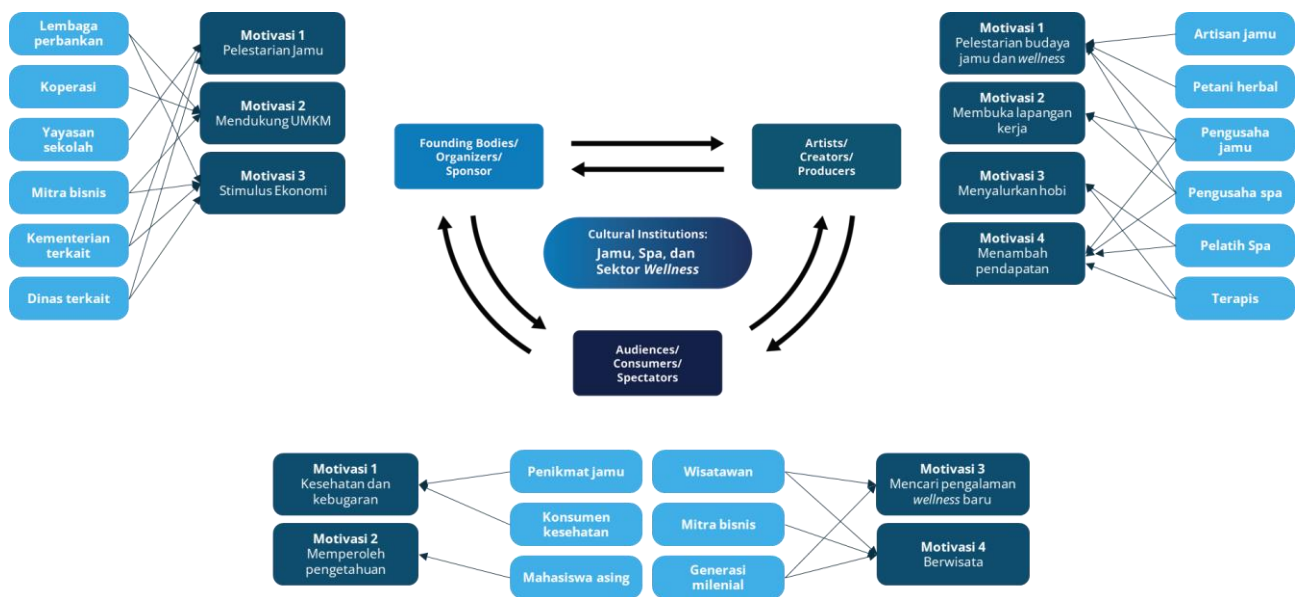
Pada fase *Exhibition/Reception/Transmission stakeholder* yang terlibat antara lain pengelola eksibisi dan pameran. Pengelola eksibisi terdiri dari dinas perdagangan, penyelenggara pameran, dan asosiasi bisnis. *Stakeholder* pameran terdiri dari vendor dan pemilik koleksi.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu yang dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Pengelola eksibisi menghadapi isu biaya pameran cukup mahal, target pasar tidak sesuai, dan asosiasi bisnis terlalu banyak. Sedangkan pameran menghadapi isu inovasi penataan pameran dan kesesuaian target.

Pada fase Produksi, *stakeholder* yang terlibat antara lain dari komunitas, yang terdiri dari komunitas pencinta jamu, generasi milenial, dan usaha yang bertemu langsung dengan *end customer*, dan lembaga pendidikan dan pemerintah, yang terdiri dari sekolah, kampus dalam negeri, dan pemerintah terkait.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu yang dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Komunitas menghadapi isu pemahaman tentang jamu, perang harga, dan pemahaman manfaat *wellness*. Lembaga pendidikan dan pemerintah menghadapi isu riset terkait manfaat jamu, inovasi harga dan produk, serta birokrasi untuk perizinan produk jamu.

**Framework Interaksi Pemangku Kepentingan dan Motivasi di Jamu Tradisional**



Terdapat tiga jenis *stakeholder* utama pada institusi budaya jamu, spa, dan sektor *wellness* yakni *Founding Bodies/Organizers/Sponsor*, *Artists/Creators/Producers*, dan *Audiences/Consumers/Spectators*. Masing-masing *stakeholder* tersebut saling memiliki hubungan timbal balik.

Pada kategori *Founding Bodies/Organizers/Sponsor* terdapat *stakeholder* antara lain lembaga perbankan, koperasi, yayasan sekolah, mitra bisnis, kementerian terkait, dan dinas terkait.

Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Misalnya lembaga perbankan memiliki motivasi untuk mendukung UMKM dan stimulus ekonomi. Koperasi memiliki motivasi untuk mendukung UMKM. Yayasan sekolah memiliki motivasi untuk pelestarian jamu. Mitra bisnis memiliki motivasi untuk mendukung UMKM dan stimulus ekonomi. Sedangkan kementerian terkait dan dinas terkait memiliki motivasi untuk pelestarian jamu dan stimulus ekonomi.

Pada kategori *Artists/Creators/Producers* terdapat *stakeholder* antara lain artisan jamu, petani herbal, pengusaha jamu, pengusaha spa, pelatih spa, dan terapis.

Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Artisan jamu memiliki motivasi untuk pelestarian budaya jamu dan *wellness*. Petani herbal juga memiliki motivasi untuk pelestarian budaya jamu dan *wellness*. Demikian pula dengan pengusaha jamu dan pengusaha spa. Selain itu pengusaha jamu juga memiliki motivasi untuk membuka lapangan kerja dan menambah pendapatan. Demikian pula dengan pengusaha spa, selain memiliki motivasi untuk pelestarian budaya jamu dan *wellness*, juga memiliki motivasi untuk membuka lapangan kerja dan menambah pendapatan. Pelatih spa memiliki motivasi untuk menyalurkan hobi dan menambah pendapatan. Sedangkan terapis memiliki motivasi untuk menyalurkan hobi dan menambah pendapatan, sama halnya dengan pelatih spa.

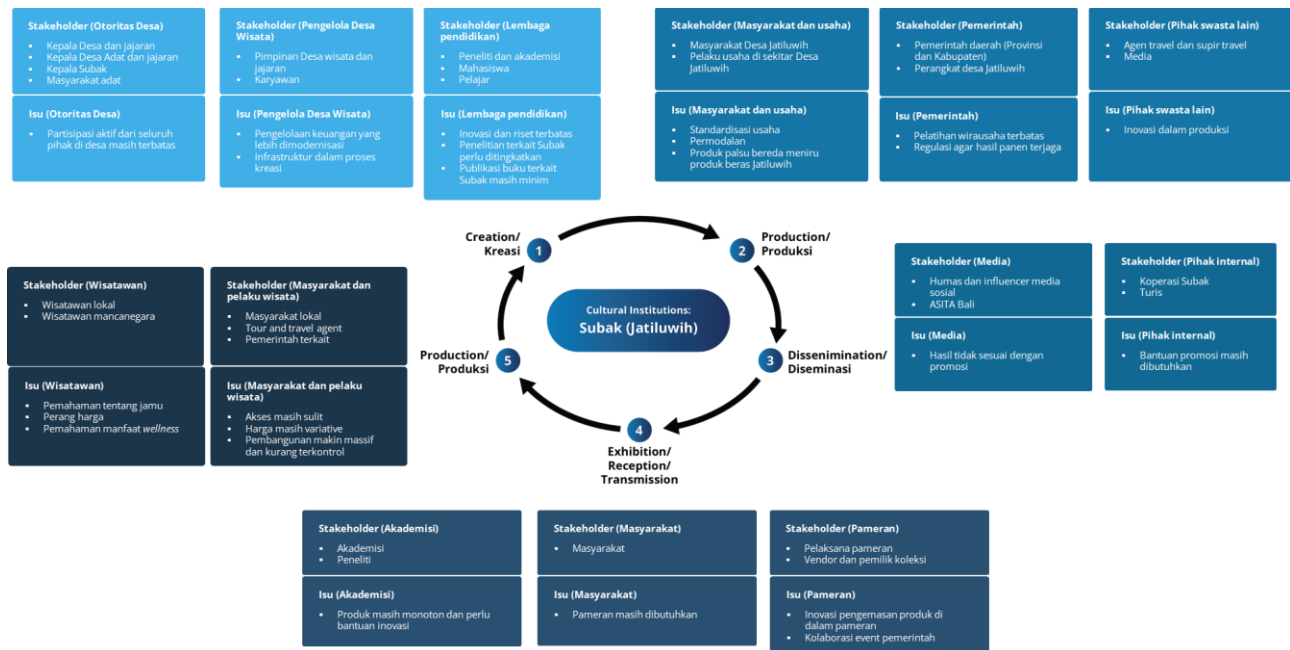
Pada kategori *Audiences/Consumers/Spectators* terdapat *stakeholder* antara lain penikmat jamu, konsumen kesehatan, mahasiswa asing, wisatawan, mitra bisnis, dan generasi milenial.

Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda dalam siklus kebudayaan. Penikmat jamu dan konsumen kesehatan memiliki motivasi untuk kesehatan dan kebugaran. Mahasiswa asing memiliki motivasi untuk memperoleh pengetahuan. Wisatawan memiliki motivasi untuk mencari pengalaman *wellness* baru dan berwisata. Mitra bisnis memiliki motivasi untuk berwisata. Sedangkan generasi milenial memiliki motivasi untuk mencari pengalaman *wellness* baru dan berwisata.

## 5.16 Hasil Studi

### Framework 1 dan 2 – Subak (Desa Jatiluwih)

Framework Siklus Budaya di Subak Jatiluwih



Terdapat lima fase siklus budaya untuk Subak (Jatiluwih) yaitu Kreasi (*Creation*), Produksi (*Production*), Diseminasi (*Dissemination*), *Exhibition/Reception/Transmission*, dan Produksi (*Production*).

Pada fase Kreasi *stakeholder* yang terlibat antara lain otoritas desa, pengelola desa wisata, dan lembaga pendidikan. Otoritas desa terdiri dari Kepala Desa dan jajaran, Kepala Desa Adat dan jajaran, Kepala Subak,

dan masyarakat adat. Pengelola desa wisata terdiri dari pimpinan desa wisata dan jajaran serta karyawan. Lembaga pendidikan terdiri dari peneliti dan akademisi, mahasiswa, dan pelajar.

Pada fase ini sejumlah isu dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Otoritas desa menghadapi isu partisipasi aktif dari seluruh pihak di desa masih terbatas. Pengelola desa wisata menghadapi isu pengelolaan keuangan yang lebih dimodernisasi dan infrastruktur dalam proses kreasi. Sedangkan lembaga pendidikan menghadapi isu inovasi dan riset terbatas, penelitian terkait subak perlu ditingkatkan dan publikasi buku terkait subak masih minim.

Pada fase Produksi *stakeholder* yang terlibat antara lain masyarakat dan usaha, pemerintah, dan pihak swasta lain. Masyarakat dan usaha terdiri dari masyarakat desa Jatiluwih, dan pelaku usaha di sekitar desa Jatiluwih, pemerintah terdiri dari pemerintah daerah (Provinsi dan Kabupaten), serta perangkat desa Jatiluwih. Sedangkan *stakeholder* pihak swasta lain terdiri dari agen travel dan sopir travel, serta pihak media.

Sejumlah isu dihadapi pada fase ini, misalnya: masyarakat dan usaha menghadapi isu standarisasi usaha, permodalan, dan produk palsu beredar meniru produk beras Jatiluwih. Pemerintah menghadapi isu pelatihan wirausaha terbatas dan regulasi agar hasil panen terjaga. Sementara pihak swasta lain menghadapi isu inovasi dalam produksi.

Pada fase Diseminasi *stakeholder* yang terlibat antara lain humas dan influencer media sosial, dan ASITA Bali (sebagai *stakeholder* Media), serta Koperasi Subak dan turis sebagai *stakeholder* dari pihak internal.

Pada fase ini sejumlah isu dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Pihak media menghadapi isu hasil yang tidak sesuai dengan promosi, dan pihak internal menghadapi isu ketika mereka masih membutuhkan bantuan promosi.

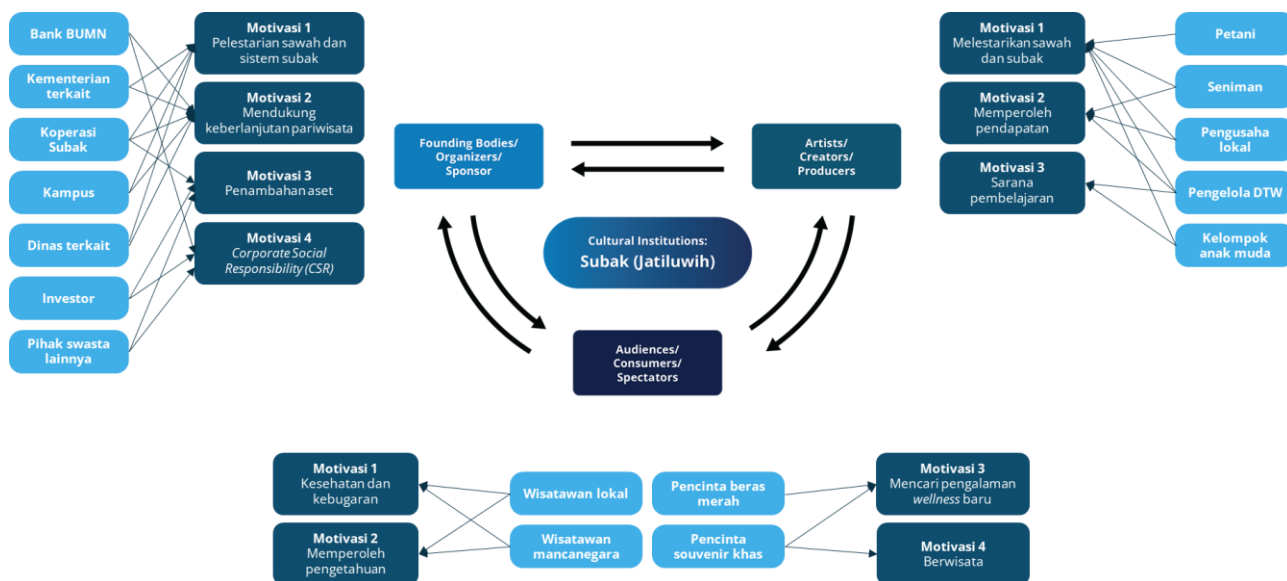
Pada fase *Exhibition/Reception/Transmission stakeholder* yang terlibat antara lain akademisi dan peneliti, masyarakat, dan pameran, yang terdiri dari pelaksana pameran serta vendor dan pemilik koleksi.

Sejumlah isu dihadapi oleh masing-masing *stakeholder* pada fase ini. Misalnya akademisi menghadapi isu produk yang masih monoton dan perlu bantuan inovasi. Masyarakat menghadapi isu masih dibutuhkannya pameran. Dan dari sisi *stakeholder* pameran menghadapi isu inovasi pengemasan produk di dalam pameran dan kolaborasi *event* pemerintah.

Selanjutnya pada fase Produksi, *stakeholder* yang terlibat antara lain wisatawan (wisatawan lokal dan mancanegara) serta masyarakat dan pelaku wisata yang terdiri dari masyarakat lokal, agen *tour* dan travel, dan pemerintah terkait.

Pada fase ini terdapat sejumlah isu yang dihadapi oleh masing-masing *stakeholder*. Wisatawan menghadapi isu pemahaman tentang jamu, perang harga, dan pemahaman manfaat *wellness*. Sedangkan masyarakat dan pelaku wisata menghadapi isu akses yang masih sulit, harga yang masih variatif, serta pembangunan yang semakin masif dan kurang terkontrol.

**Framework Interaksi Pemangku Kepentingan dan Motivasi di Subak Jatiluwih**



Terdapat tiga jenis *stakeholder* utama pada institusi budaya Subak (Jatiluwih) yakni *Founding Bodies/Organizers/Sponsor*, *Artists/Creators/Producers*, dan *Audiences/Consumers/Spectators*. Masing-masing *stakeholder* tersebut saling memiliki hubungan timbal balik.

Pada kategori *Founding Bodies/Organizers/Sponsor* terdapat *stakeholder* antara lain Bank BUMN, Kementerian terkait, Koperasi Subak, kampus, dinas terkait, investor, dan pihak swasta lainnya. Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda-beda dalam siklus kebudayaan. Bank BUMN memiliki motivasi untuk mendukung keberlanjutan pariwisata dan *Corporate Social Responsibility*. Kementerian terkait memiliki motivasi untuk pelestarian sawah dan sistem subak serta untuk mendukung keberlanjutan pariwisata. Koperasi Subak memiliki motivasi untuk pelestarian sawah dan sistem subak, mendukung keberlanjutan pariwisata, dan penambahan aset. Kampus memiliki motivasi untuk pelestarian sawah dan sistem subak, serta untuk mendukung keberlanjutan pariwisata. Dinas terkait juga memiliki motivasi untuk pelestarian sawah dan sistem subak, serta untuk mendukung keberlanjutan pariwisata. Investor memiliki motivasi untuk penambahan aset dan *Corporate Social Responsibility*. Demikian pula dengan pihak swasta lainnya juga memiliki motivasi untuk penambahan aset dan *Corporate Social Responsibility*.

Pada kategori *Artists/Creators/Producers* terdapat *stakeholder* antara lain petani, seniman, pengusaha lokal, pengelola DTW, dan kelompok anak muda. Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda-beda dalam siklus kebudayaan. Petani memiliki motivasi untuk melestarikan sawah dan subak. Seniman memiliki motivasi untuk melestarikan sawah dan subak, serta memperoleh pendapatan. Pengusaha lokal juga memiliki motivasi untuk melestarikan sawah dan subak, serta memperoleh pendapatan. Pengelola DTW memiliki motivasi untuk melestarikan sawah dan subak, serta sarana pembelajaran. Sedangkan kelompok anak muda memiliki motivasi untuk melestarikan sawah dan subak, serta sarana pembelajaran.

Pada kategori *Audiences/Consumers/Spectators* terdapat *stakeholder* antara lain wisatawan lokal, wisatawan mancanegara, pencinta beras merah, dan pencinta *souvenir* khas. Setiap *stakeholder* tersebut memiliki motivasi yang berbeda-beda dalam siklus kebudayaan. Wisatawan lokal dan mancanegara memiliki motivasi untuk kesehatan dan kebugaran, serta untuk memperoleh pengetahuan. Sedangkan pencinta beras merah memiliki motivasi untuk mencari pengalaman *wellness* baru. Pencinta *souvenir* khas memiliki motivasi untuk mencari pengalaman *wellness* baru dan untuk berwisata.

## 6. Kesimpulan dan Rekomendasi

Hasil studi memberikan kesimpulan umum bahwa keempat aset dalam studi kasus memberikan dampak yang signifikan pada sisi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dampak ekonomi rata-rata dikontribusikan dari sisi penjualan produk, tiket masuk untuk kawasan, maupun perputaran ekonomi. Adapun dampak sosial dihitung dari sisi kuantifikasi melalui sumbangsih keempat kawasan atau area tersebut pada pemeliharaan sisi sosial maupun budaya. Dampak lingkungan mampu diukur dari sisi jejak ekonomi karbon yang berpotensi dikontribusikan oleh masing-masing aset budaya tersebut. Berikut merupakan kesimpulan ketiga dampak dari masing-masing keempat area studi kasus tersebut.

Dari sisi dampak perekonomian, masing-masing aset budaya dalam empat studi kasus telah memberikan bukti atas sumbangsihnya dalam perputaran ekonomi. Di sisi lain, beberapa potensi muncul dari sumbangsih perekonomian yang bisa diberikan. Museum Nasional misalnya, telah memberikan kontribusi ekonomi sekitar Rp 372 miliar dari tiket masuk, *event*, dan *tenant*. Namun, museum nasional juga berpotensi memberikan sumbangsih setara Rp 2 triliun untuk valuasi aset. Adapun Kain tradisional sejauh ini telah mampu memberikan kontribusi ekonomi sekitar Rp 10 triliun untuk ekspor dan nilai perdagangan dalam negeri jauh. Akan tetapi, jauh lebih dari itu, terdapat potensi sekitar Rp 7 miliar untuk pelaksanaan festival dari kain tradisional yang bisa diraup. Sektor jamu (herbal), kebugaran, dan spa telah mampu memberikan kontribusi ekonomi sekitar Rp 23 triliun untuk jamu (herbal dan spa) serta Rp 35 triliun ini untuk pariwisata kebugaran (*wellness tourism*). Adapun kawasan Subak, Jatiluwih telah mampu memberikan kontribusi ekonomi sekitar Rp 30 miliar (skala satu desa) yang bersumber dari akomodasi, restoran, dan tiket masuk.

Dari sisi dampak sosial, masing-masing aset budaya juga memberikan sumbangsih kontribusi sosial yang bisa diberikan bagi pemeliharaan kegiatan sosial maupun pemeliharaan budaya. Melalui perhitungan nilai investasi dan dampak sosial yang diukur, riset ini mampu memberikan gambaran nilai pengembalian investasi dari sisi sosial (*social return on investment*) pada masing-masing aset budaya. Museum Nasional telah berpotensi memberikan kontribusi sosial dengan rasio SROI 1:4 sampai dengan 1:5 dengan *benchmark* dari museum-museum sejenis. Adapun kain tradisional mampu berpotensi memberikan kontribusi sosial dengan rasio SROI 1:5 sampai dengan 1:8 dengan studi kasus pada satu perusahaan batik skala menengah. Sektor jamu (herbal), kebugaran, dan spa berpotensi memberikan kontribusi sosial dengan rasio SROI 1:5 dengan studi kasus satu perusahaan spa dan jamu herbal skala menengah. Terakhir, kawasan Subak, Jatiluwih berpotensi memberikan kontribusi sosial dengan rasio SROI 1:29 dengan studi kasus skala satu desa.

Melalui perhitungan jejak karbon, masing-masing aset budaya dalam empat studi kasus juga memberikan sumbangsih kontribusi pemeliharaan lingkungan. Perhitungan ekonomi karbon yang fluktuatif juga bisa memberikan informasi berapa nilai valuasi karbon yang bisa disumbangkan oleh masing-masing aset tersebut. Misalnya, Museum Nasional berpotensi memberikan kontribusi lingkungan dengan mengurangi jejak karbon sebesar 1,160 ton per tahun dengan *benchmark* dari museum-museum sejenis. Kain tradisional berpotensi memberikan kontribusi lingkungan dengan mengurangi jejak karbon sebesar 55,7 ton/ha dengan penggunaan pewarna alami pada produksi batik di 1 perusahaan skala menengah. Sektor jamu (herbal), kebugaran, dan spa berpotensi memberikan kontribusi lingkungan dengan mengurangi jejak karbon sebesar 17,28 ton dengan penggunaan bahan baku tanaman herbal untuk satu perusahaan skala menengah. Terakhir, Subak, Jatiluwih berpotensi memberikan kontribusi lingkungan dengan mengurangi jejak karbon sebesar 237,5 ton/ha/tahun untuk skala satu desa.

Studi ini juga memberikan empat rekomendasi kepada instansi terkait dan khususnya pengelola dari masing-masing area studi kasus. Pertama, dibutuhkan adanya pemetaan dan pengelolaan khusus mengenai aset budaya dengan sistem valuasi dan HKI. Kedua, mengingat besarnya potensi keekonomian dari aset budaya, dibutuhkan riset lanjutan untuk studi kasus aset budaya lainnya. Ketiga, mengacu kepada siklus pengelolaan yang ada, maka juga dibutuhkan penguatan ekosistem bisnis setiap aset budaya, tidak hanya untuk kepentingan sisi ekonomi, melainkan juga sosial dan lingkungan. Keempat, dibutuhkan konsistensi pemeliharaan dari masing-masing aset budaya demi pelestarian masing-masing aset di masa depan. Dan kelima, untuk kebutuhan hal tersebut, riset ini merekomendasikan pendirian lembaga pengelola khusus kebudayaan setara kementerian.

Tenggara Strategics is a business and investment research and advisory institute established by the Centre for Strategic and International Studies (CSIS), *The Jakarta Post* and Prasetiya Mulya University. Combining the capabilities of the three organizations, we aim to provide the business community with the most reliable and comprehensive business intelligence related to areas that will help business leaders make strategic decisions.



**PT Trisaka Wahana Tenggara**

The Jakarta Post Building  
Jl. Palmerah Barat 142-143  
Jakarta 10270

+62 21 5300476/8 ext. 5001

info@tenggara.id

www.tenggara.id

**Board of Commissioners:**

Jusuf Wanandi, Djisman S. Simandjuntak,  
Endy M. Bayuni

**Board of Directors:**

Riyadi Suparno, Yose Rizal Damuri,  
Fathony Rahman

**Guarantor:** Riyadi Suparno

**Inhouse Researchers & Writers:**

Andreas Meidyan, Arisa Febia Rahma, Bayo Adhika Putra, Dwi Atmanta, Eva Novi Karina, Fara Az-Zahra Rahman, Felita Astriani, Ferdinand Phoe, Galby R. Samhudi, Intan Salsabila Firman, Irvan Iswaraputra, Shifa Rafida Fitri, Yessy Rizky

In addition, we have access to researchers and experts at the Centre for Strategic and International Studies (CSIS), *The Jakarta Post* and Prasetiya Mulya University



**The Jakarta Post Building**  
Jl. Palmerah Barat No.142-143  
Jakarta 10270  
info@tenggara.id  
www.tenggara.id